

## PENGARUH PENGGUNAAN *DEBIT CARD* DAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Muhammad Bilal Abdillah Rasyid<sup>1</sup>, A'rasy Fahrullah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadbilal.18074@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>, arasyfahrullah@unesa.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak.** Diadakannya riset ini guna menganalisa apakah terdapat pengaruh penggunaan debit card dan e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Populasi riset ini ialah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNESA angkatan 2018, 2019, dan 2020 yang berjumlah 174 mahasiswa dengan kriteria telah mengambil mata kuliah manajemen keuangan dan dengan tunjangan sebesar Rp.1.000.000. Penentuan sampel dengan purposive sampling dan totalnya sebanyak 121 mahasiswa. Penghimpunan data melalui kuesioner. Riset ini memakai analisis regresi linear melalui SPSS 25. Dari penelitian yang dilakukan peneliti memperoleh hasil bahwa kartu debit dan uang elektronik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis R Square dengan nilai 67,2%. Hal tersebut berarti Variabel X1 (debit card) dan X2 (e-money) secara simultan memiliki pengaruh pada variabel Y (perilaku konsumtif) sebanyak 67,2% dan kurangnya 32,8% dipengaruhi variabel diluar riset ini.

**Kata kunci:** kartu debit, uang elektronik, perilaku konsumsi

## EFFECT OF USE DEBIT CARD AND E-MONEY DEBIT CARD AND E-MONEY CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR USE

Muhammad Bilal Abdillah Rasyid<sup>1</sup>, A'rasy Fahrullah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

<sup>2</sup>Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadbilal.18074@mhs.unesa.ac.id<sup>1</sup>, arasyfahrullah@unesa.ac.id<sup>2</sup>

**Abstract.** This research was conducted to analyze whether there is an effect of using debit cards and e-money on the consumptive behavior of students of the Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics, State University of Surabaya. The population of this research is students of the Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, UNESA batch 2018, 2019, and 2020, totaling 174 students with the criteria of having taken financial management courses and with an allowance of Rp. 1,000,000. Determination of the sample by purposive sampling and a total of 121 students. Data collection through questionnaires. This research uses linear regression analysis through SPSS 25. From the research conducted, the researchers obtained the results that debit cards and electronic money partially or simultaneously have a positive and simultaneous effect on student consumptive behavior. This is evidenced by the results of the R Square analysis with a value of 67.2%. This means that the variables X1 (debit card) and X2 (e-money) simultaneously have an influence on variable Y (consumptive behavior) as much as 67.2% and at least 32.8% are influenced by variables outside of this research..

**Keywords:** debit card, e-money, consumption behavior

## PENDAHULUAN

Berkembangnya *financial technology* atau lebih dikenal dengan *fintech* saat ini mampu memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran (Patwardhan, 2018). Dengan adanya perkembangan ini, fungsi uang tunai yang sejak dulu digunakan masyarakat sebagai alat transaksi bergeser menjadi transaksi non tunai. Penggunaan uang elektronik ini telah diterapkan di beberapa negara yang menunjukkan bahwa peluang besar dalam mengurangi tingkat pertumbuhan penggunaan uang tunai sebagai alat transaksi, khususnya yang bersifat ritel maupun yang bersifat mikro. Salah satu negara yang merealisasikan *fintech* adalah Indonesia. Dominansi penggunaan internet masyarakat Indonesia menjadi faktor penyebab berkembangnya *fintech* (Kharisma, 2021).

Dari tahun ke tahun nilai nominal transaksi dengan menggunakan *debit card* mengalami peningkatan. Berdasarkan data dari Bank Indonesia disebutkan bahwa nilai nominal transaksi pada triwulan I-2022 mencapai Rp80,58 triliun. Pada triwulan I-2022 jumlah penggunaan *debit card* tercatat sebesar Rp146,58 triliun sedangkan triwulan IV-2021 tercatat Rp130,56 triliun, peningkatan ini didukung dengan adanya pembenahan layanan pembayaran secara non tunai pada transaksi *e-commerce*, hal tersebut mengindikasikan meningkatnya preferensi masyarakat dalam bertransaksi secara non tunai (Olson et al., 2021).

Sistem pembayaran non tunai saat ini menjadi minat bagi masyarakat, terutama kalangan generasi muda. Masyarakat sudah mengurangi penggunaan uang tunai yang cukup banyak di dalam dompet, dikarenakan hal tersebut tidak aman dan juga kurang praktis jika terus menggunakan cara tersebut. Faktor dari kemudahan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), dan manfaat (*perceived usefulness*) menjadikan sistem pembayaran non tunai

diminati oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan ini berdampak signifikan terhadap sistem pembayaran, yang merupakan peluang bagi bank untuk membentuk sistem pembayaran nontunai (Junaedi, 2020). Manfaat dan kemudahan yang dibawa *e-money* dapat mempengaruhi pertumbuhan pengguna (Anjelina, 2018). *E-money* memiliki beberapa keunggulan antara lain biaya yang dikenakan terbilang murah, didukung dengan ekosistem yang memadai, serta memiliki tingkat keamanan yang tinggi. Ketika produk menawarkan manfaat dan kenyamanan guna keberlangsungan hidup, maka terdapat peluang produk tersebut dimanfaatkan oleh masyarakat secara luas di masa mendatang (Azizi, 2019). Demikian pula dengan pemanfaatan kartu debit dan *e-money*, yang dinilai begitu bermanfaat sewaktu transaksi. Hal tersebut didukung dengan riset dari Zandi et al. dalam Tshukudu, 2018 disebutkan bahwa 56 negara pengguna *e-money* memiliki andil terhadap PDB terbesar dunia sekitar USD 938 miliar pada ekonomi global. *E-money* didistribusikan oleh bank pada tahun 2009 dan dipantau oleh BI dan OJK artinya penggunaan *e-money* jauh lebih berkembang. Oleh lantaran tersebut, kemudahan yang diberikan kepada pengguna mengarah pada perilaku konsumen yang lebih konsumtif (Omodero, 2021).

Perilaku konsumtif merupakan sebuah tindakan yang tidak masuk akal sehingga secara ekonomis dapat menyebabkan pemborosan. Seseorang akan melakukan pembelian barang disebabkan adanya paksaan atau tekanan dari kelompok, maka saat itu konformitas atau lebih dikenal dengan FOMO (*fear of missing out*) berperan penting dalam penggunaan serta pembelian suatu produk. Kondisi tersebut mengakibatkan timbulnya seseorang melakukan pembelian tanpa pikir panjang. Perilaku konsumtif ini dilakukan dengan

membeli barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Fenomena ini nantinya menjadi ancaman serius bila terjadi, tak hanya pada kalangan orang dewasa saja namun juga pada anak remaja terutama pada mahasiswa di Universitas Negeri Surabaya. Karena pola konsumsi individu dibentuk pada usia remaja. Usia 13-21 tahun disebut masa remaja, dan pada usia ini umumnya terjadi masa transisi, pencarian identitas dan proses pembentukan perilaku (Yahya, 2021). Dimana pada masa usia tersebut digunakan untuk mencapai pola pribadi yang ideal sehingga menyebabkan mahasiswa gampang terpengaruh akan aspek positif maupun negatif dari lingkungan mereka. Pada kenyataannya, diketahui bahwa mahasiswa dapat meniru gaya konsumtif yang dianggap kekinian (Lestarina et al., 2017).

Fenomena yang sering muncul saat ini yaitu kalangan mahasiswa memiliki *life style* yang bisa dikatakan ajang untuk memamerkan sesuatu utamanya yaitu konsumsi yang bukan makanan. Di awal masuk kuliah biasanya mahasiswa masih berpenampilan sederhana, namun kemudian banyak mengalami perubahan dimulai dari *fashion* dengan membeli barang-barang *branded*, pergi ke mall, menggunakan barang elektronik populer seperti gadget meskipun barang sebelumnya masih layak digunakan. Sehingga dari sini dapat dikatakan adanya pergeseran pola konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari berapa banyak uang yang dikeluarkan guna untuk membeli kebutuhan primer maupun sekunder (Septiansari & Handayani, 2021).

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya dianggap sudah mendapatkan pengetahuan maupun wawasan yang memadai yang berhubungan dengan ilmu ekonomi yaitu mata kuliah manajemen keuangan. Dalam mata kuliah tersebut terdapat pengetahuan mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu

serta mengendalikan diri yang baik. Sehingga hal tersebut Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika Surabaya seharusnya lebih bisa positif dalam menyikapi perilaku konsumsi. Sehingga dapat mempertimbangkan sesuatu yang akan dibeli terlebih dahulu, apakah barang yang akan dibeli memang benar-benar dibutuhkan.

Riset ini merujuk hasil studi dari yang mengatakan secara parsial penggunaan *e-money*, *debit card* dan sosial ekonomi orang tua mempengaruhi perilaku konsumtif secara positif dan signifikan sementara variabel literasi keuangan memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan variabel penggunaan *e-money*, *debit card*, literasi keuangan dan sosial ekonomi orang tua mempengaruhi konsumtif mahasiswa secara positif dan signifikan (Omodero, 2021). Riset ini selinier yang bahwasanya apabila penggunaan uang elektronik mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara positif (Azizi, 2019). Studi lain menyebutkan *debit card* dan *e-money* mempengaruhi pengeluaran mahasiswa secara positif (Utami, 2017).

Berdasarkan dari uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Debit card* Dan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNESA”.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Konsumsi

Perspektif menguraikan bahwasanya seseorang ahli ekonomi yang berasal dari Amerika melakukan percobaan pengolahan data statistik yang dilakukan pada tahun 1946 mengenai perekonomian di Amerika Serikat yang bertujuan untuk mengetahui

bagaimana hubungan antara perilaku konsumtif dengan pendapatan masyarakatnya yang dikumpulkan sejak terjadinya perang saudara (Lestarina et al., 2017).

Teori siklus hidup ialah teori yang telah dikembangkan oleh Richard Blunberg, Albert Ando dan Franco Magdalini di tahun 1950. Didalam teori disebutkan kegiatan ekonomi merupakan aktivitas seumur hidup yang dilakukan oleh individu. Berdasarkan teori ini faktor yang berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat adalah dari faktor social ekonomi (Yahya, 2021).

Teori ini lebih percaya apabila yang mempengaruhi tingkat konsumsi yaitu pendapatan. Akan tetapi memiliki perbedaan yaitu pada pernyataan bahwa pendapatan permanen terdapat hubungan proporsional tingkat konsumsi. Pendapatan permanen yaitu ekspektasi atau harapan mengenai rata-rata pendapatan dalam jangka panjang (Fitri & Basri, 2021).

#### Teori Pendapatan Relatif

Pengembang dari teori ini adalah James Duessenberry di tahun 1949. Dimana didalamnya menyorot mengenai faktor psikologis yaitu rumah tangga ketika menghadapi pendapatan yang berubah. Maknanya ialah hal yang mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat adalah pendapatan yang siap dibelanjakan atau disposable income pada masa lalu, utamanya pada pendapatan terbesar yang pernah didapatkan, sebab pola konsumsi pada masa lalu mempengaruhi pola masa lalu saat ini (Anindita & Pudjiastuti, Agnes, 2016).

#### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif biasanya disangkutkan pada aktivitas konsumen yang terlalu berlebih. Ini menyangkut perilaku mereka membeli barang-barang mewah yang memperlihatkan kekayaan dan status sosial daripada memuaskan kebutuhannya

yang sebenarnya (Septiansari & Handayani, 2021).

Perilaku konsumtif memiliki 8 indikator yaitu pembelian barang dikarenakan ada hadiah, pembelian barang dikarenakan kemasan yang bagus, pembelian barang dikarenakan rasa gengsi, pembelian barang dikarenakan harga bukan dari segi manfaat, pembelian barang dikarenakan hanya untuk status, pembelian barang dikarenakan menyukai model iklan, pembelian barang dikarenakan pemikiran apabila membeli barang harga mahal akan meningkatkan percaya diri, pembelian barang dikarenakan ingin membedakan dua barang sejenis dengan beda merek. Sedangkan menurut Sembiring dalam Perilaku konsumtif ditandai dengan ciri sebagai berikut tidak ada pertimbangan segi fungsi dalam membeli barang hanya mempertimbangkan prestise produk yang dibeli, berlebihannya pengkonsumsian pada jasa atau barang, keinginan didahulukan dibandingkan kebutuhan, dan skala prioritas ditiadakan atau status yang dipentingkan (Lestarina et al., 2017; Septiansari & Handayani, 2021).

Dari beberapa indikator yang telah disebutkan peneliti memilih indikator berdasarkan Sembiring karena empat indikator diatas sesuai dengan yang akan diukur untuk perilaku konsumtif dari konsumen karena adanya perkembangan teknologi yang menyebabkan kepekaan konsumen berkurang terhadap pola konsumsi contohnya seperti ciri-ciri yang telah disebutkan diatas. Perilaku konsumtif disebabkan faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya berupa sikap, gaya hidup, keadaan social ekonomi, konsep diri dan kepribadian, pengalaman dan dari proses belajar beserta motivasi. Sedangkan faktor eksternal berupa faktor budaya, keluarga, kelompok bermain serta kelas social. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu faktor lingkungan beserta faktor perbedaan

individu. Berdasarkan faktor-faktor sebelumnya maka kesimpulannya ialah perilaku konsumtif dipegaruhi oleh faktor internal dan eksternal, dimana keduanya memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang bahkan jasa. Yang artinya faktor tersebut bukan berasal dari dalam diri seseorang saja melainkan juga berasal dari lingkungan dimana berada (Ningtyas, 2019).

#### **Debit card**

Berasaskan Peraturan Bank Indonesia No.14/2/PBI/2012 mengenai Pengadaan kegiatan alat pembayaran memanfaatkan kartu yang menguraikan bahwasanya “Kewajiban dari pemilik kartu tersebut terpenuhi dengan berkurangnya simpanan pemilik kartu tersebut dari bank atau lembaga lain selain bank yang bersangkutan dalam menghimpun dana sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Penggunaan *debit card* dapat diukur menggunakan tiga indikator yakni benefit atau manfaat yang diperoleh, ease of Use atau kemudahan dalam penggunaan, security atau keamanan (David et al., 2016).

#### **E-money**

Berdasarkan PBI No.20/6/PBI/2018 mengenai *e-money* yang merupakan instrumen pembayaran yang harus sesuai komponen yaitu diterbitkan sesuai dengan nilai moneter yang awalnya disetorkan oleh pemilik ke penerbit, nilai uang tersebut disimpan ke dalam bentuk suatu chip ataupun media server, nilai uang yang disetor oleh pemilik yang dimanajemen oleh penerbit tidak dapat dikatakan sebagai simpanan yang telah disebutkan dalam Perundang-undangan mengenai Perbankan (Widayat et al., 2020).

Pemanfaatan *e-money* bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor. TAM merupakan salah satu sebagai pengukur mengapa sikap beserta kepercayaan konsumen berpengaruh pada perilaku

konsumtif untuk menolak atau menerima produk atau barang dengan sistem informasi dan dibagi dalam dua determinan utama guna dasar hubungan mengenai digunakannya sistem, yaitu kemudahan dan kemanfaatan. Seberapa besar keyakinan konsumen terhadap kemudahan yang diperoleh saat menggunakan sistem dan tidak memerlukan usaha yang besar. Kemudahan (*easy of use*) mengacu pada sejauh mana konsumen mendapatkan kemudahan terhadap dalam memakai sistem tertentu yang artinya konsumen tidak mendapatkan kesulitan saat menggunakan. Jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-money* dapat diukur melalui empat indikator yakni mudah dipahami, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan. Penggunaan *e-money* dapat mempercepat pekerjaan dengan transaksi yang dilakukan karena memiliki nilai praktis yaitu memiliki saldo dalam *e-money* serta mesin guna transaksi (Widayat et al., 2020).

### **METODE PENELITIAN**

Riset ini termasuk penelitian kuantitatif. Pengambilan data dengan kuesioner menggunakan skala *likert* dengan interval 1-5. Populasi dalam riset ini dengan kriteria seluruh mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya angkatan 2018, 2019 dan 2020 yang masih aktif dan berjumlah 174 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dilakukan secara online menggunakan *Google Form*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 121 responden, jumlah sampel dihitung melalui rumus slovin. Penetapan sampel menggunakan teknik *purposive random sampling*. Analisis data dengan uji t dan uji f.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Hasil dari pengujian validitas untuk riset ini secara rinci termuat pada tabel berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	No	r hitung	r tabel	Keterangan
Debit card (X1)	1	0.524	0.3550	Valid
	2	0.676	0.3550	Valid
	3	0.735	0.3550	Valid
	4	0.708	0.3550	Valid
	5	0.685	0.3550	Valid
	6	0.573	0.3550	Valid
	7	0.756	0.3550	Valid
	8	0.757	0.3550	Valid
	9	0.715	0.3550	Valid
	10	0.733	0.3550	Valid
	11	0.644	0.3550	Valid
	12	0.642	0.3550	Valid
	13	0.526	0.3550	Valid
	14	0.647	0.3550	Valid
E-money (X2)	15	0.718	0.3550	Valid
	1	0.506	0.3550	Valid
	2	0.681	0.3550	Valid
	3	0.895	0.3550	Valid
	4	0.795	0.3550	Valid
	5	0.776	0.3550	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	6	0.694	0.3550	Valid
	1	0.732	0.3550	Valid
	2	0.829	0.3550	Valid
	3	0.746	0.3550	Valid
	4	0.585	0.3550	Valid
	5	0.869	0.3550	Valid
	6	0.861	0.3550	Valid
	7	0.616	0.3550	Valid
	8	0.789	0.3550	Valid
	9	0.872	0.3550	Valid
	10	0.765	0.3550	Valid
	11	0.747	0.3550	Valid
	12	0.862	0.3550	Valid
	13	0.836	0.3550	Valid
	14	0.778	0.3550	Valid

Pada tabel 1, Berdasarkan data tersebut bahwasanya nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item indikator dalam uji validitas dinyatakan valid. sehingga hal ini dapat dinyatakan layak dan dapat melanjutkan ke tahap berikutnya yakni uji reliabilitas.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritik	Ket.
Debit card (X1)	0.757	>0.60	Valid
E-money (X2)	0.778	>0.60	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0.772	>0.60	Valid

Sumber: Diolah peneliti, 2022

Berlandaskan tabel 2 memperlihatkan nilai Cronbach Alpha dari beberapa variabel berbeda. Dimana masing-masing variabel bebas dan terikat mempunyai nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Maka dari itu dikonklusikan bahwa kuesioner ini reliabel.

**Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskripsi**

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Debit card	121	21	39	60	48.26	4.707
E-money	121	9	15	24	19.92	2.088
Perilaku Konsumtif	121	21	35	56	45.93	4.693

Sumber: Diolah peneliti, 2022

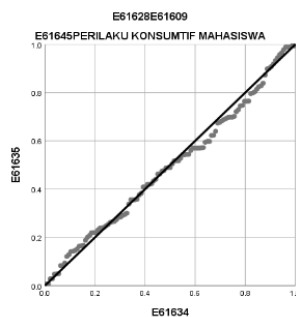
Mengacu tabel 3 bahwasanya variabel perilaku konsumtif yang diambil berdasarkan 121 responden yang menggunakan 14 butir pertanyaan disimpulkan bahwa data yang valid atau yang bisa dilanjutkan untuk pengujian serta data hilang (valid missing) sejumlah 0, dengan rata-rata nilai 45,93, nilai minimumnya 35 dan nilai maksimumnya 56 sehingga variabel perilaku konsumtif dapat dikategorikan sedang. Variabel *debit card* yang diambil berdasarkan 121 responden yang menggunakan 35 butir pertanyaan disimpulkan bahwa data yang valid atau yang bisa dilanjutkan untuk pengujian serta data hilang (valid missing) sejumlah 0, dengan rata-rata nilai 48,26, nilai minimumnya 39 dan nilai maksimumnya 60 sehingga variabel *debit card* dapat

dikategorikan pada nilai sedang. Variabel selanjutnya yaitu *e-money* yang diambil berdasarkan 121 responden yang menggunakan 6 butir disimpulkan bahwa data yang valid atau yang bisa dilanjutkan untuk pengujian serta data hilang (valid missing) sejumlah 0, dengan rata-rata nilai 19,92, nilai minimumnya 15 dan nilai maksimumnya 24 sehingga variabel *e-money* dapat dikategorikan pada nilai sedang.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, dilakukan uji prasyarat normalitas guna melihat terdistribusi normal tidaknya data. *Output* pengujiannya yakni:



Gambar 1. Grafik probability plot  
*Sumber: Diolah peneliti, 2022*

Mengacu gambar 1 diketahui persebaran titik-titik mengikuti garis yang ada dan tidak ditemukan titik yang melenceng jauh dari kurva tersebut. sehingga dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini terdistribusi normal.

Dari normalnya distribusi diatas, maka dapat dilakukan uji multikolinieritas dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25. Berikut hasil pengujiannya:

#### Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Debit card	.515	1.943
E-money	.515	1.943

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa

*Sumber: Diolah peneliti, 2022*

Menurut tabel 4 kesimpulannya yakni tiap variabel bebas (*debit card* dan *e-money*) memiliki nilai yang sama yaitu 1.943. Nilai tersebut tidak bermasalah pada uji multikolinieritas karena nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* dari variabel independen > 0,10 yaitu 0.515. Sehingga kesimpulannya ialah data model regresi yang diteliti tidak terbentuk masalah multikolinieritas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan uji glejser, agar mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat hasil uji yang menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas apabila korelasi antar variabel independen dengan residual nilainya > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Significance
1 (Constant)	-.248	.805
Penggunaan Debit card	-.907	.366
Penggunaan E-money	2.040	.074

a. Dependent Variable: ABS

*Sumber: Diolah peneliti, 2022*

Menurut tabel 5 memperlihatkan nilai signifikansi penggunaan *debit card* yaitu 0,366 dan variabel penggunaan *e-money* yaitu 0,74. Maka konklusinya data dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai dari variabel tersebut signifikansinya >0,05.

#### Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	5.530		2.069	.041

Literasi	.308	.073	.309	4.201	.000
Kepuasan					
Pengendalian Diri	1.284	.164	.574	7.815	.000

a. Dependent Variable:  
Perilaku Konsumtif

Sumber: Diolah peneliti, 2022

Berikut persamaan regresi linear berganda pada riset ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,530 + 0,308(X_1) + 1,284(X_2) + 0,05(e)$$

Persamaan tersebut diuraikan seperti berikut: (a) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,530 yang berarti jika variabel penggunaan *debit card* dan penggunaan *e-money* dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah sebesar 5,530, (b) Koefisien regresi penggunaan *debit card* ( $X_1$ ) sebesar 0,380 menyatakan variabel penggunaan *debit card* terdapat pengaruh positif dengan variabel  $Y$ , (c) Koefisien regresi penggunaan *e-money* ( $X_2$ ) sebesar 1,284 menyatakan variabel penggunaan *e-money* terdapat pengaruh positif dengan variabel  $Y$ .

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji Parsial (uji t)

Menurut Misbahudin & I Hasan (2013) menyatakan apabila hasil uji t lebih rendah dari 0,05 bisa diinterpretasikan bahwa variabel independen memberi pengaruh terhadap variabel dependen ataupun sebaliknya. Berlandaskan hasil uji hipotesis (Uji t) dapat dilihat hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini ditunjukkan pada tabel hasil uji  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  berikut:

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	5.530	2.673	2.069	.041
Literasi Keuangan	.308	.073	.309	.000
Pengendalian Diri	1.284	.164	.574	.000

118

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Apabila nilai sig. < 0,05 menyatakan bahwa variabel independen ( $X$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependent ( $Y$ ). Kesimpulan yang didapat peneliti variabel  $X_1$  (sig. 0,000 < 0,05) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan Variabel  $X_2$  (Sig. 0,000 < 0,05) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mengacu hasil Uji T variabel *debit card* dapat dilihat hasil  $t_{hitung}$  sebesar 4,201 > daripada  $t_{tabel}$  sebesar 1,679. Yang berarti variabel *debit card* memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditaraf kesalahan 5%. Sedangkan variabel *e-money*  $t_{hitung}$  sebesar 7,815 > daripada  $t_{tabel}$  sebesar 1,679. Dari tabel hasil uji  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yang dapat ditarik kesimpulan bahwa memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditaraf kesalahan 5%.

#### Uji Simultan (Uji F)

Jika hasil dari Uji F mendapat nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 maka disebutkan variabel independen mempengaruhi variabel dependen maupun sebaliknya.

**Tabel 8. Hasil Uji Simultan (uji f)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1776.516	2	468.738	125.780	.000b
Residual	866.955	118	3.727		
Total	2643.471	120			

A. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa

B. Predictors: (Constant) Penggunaan *E-money*, Penggunaan *Debit card*...

Sumber: Diolah peneliti, 2022

Kesimpulan perhitungan dari data peneliti menunjukan nilai  $F_{hitung}$  120,900 >  $F_{tabel}$  2,68 dan juga nilai signifikansinya 0,000 < 0,05, ini bisa dinyatakan bahwasanya variabel penggunaan *debit card* dan *e-money* secara simultan



berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini guna memperlihatkan besarnya penggunaan *debit card* dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

**Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820a	.672	.666	2.71055

Nilai R Square sebesar 0,543, ini maknanya kemampuan variabel penggunaan *debit card* dan penggunaan *e-money* dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 67,2% sementara selebihnya ( $100\% - 67,2\% = 32,8\%$ ) diinterpretasikan oleh variabel diluar riset ini.

#### Pengaruh *Debit card* (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Menurut hasil analisis data diketahui penggunaan *debit card* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi Mahasiswa. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil riset oleh peneliti memiliki hasil  $t_{hitung}$  senilai  $4,201 > t_{tabel}$  senilai 1,657 serta nilai signifikansi berada pada nilai  $0,000 < 0,05$ . Pengguna *debit card* dapat memberikan dampak negatif berupa menjadikan mahasiswa lebih konsumtif. Hal ini menjadikan mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi lebih mudah. Selain itu, penggunaan *debit card* mulai dijadikan *life style* mereka. *Debit card* sebagai simbol budaya konsumen yang dilengkapi dengan beragam fasilitas yang memudahkan pengguna untuk menarik uang tunai, membayar jenis tagihan, dan memanfaatkan berbagai fasilitas misalnya seperti diskon jika bertransaksi dengan

mitra bisnis bank dari *debit card* tersebut (David et al., 2016).

Penggunaan *debit card* ini adalah bagian dari aspek yang mempengaruhi pengeluaran para mahasiswa. Makin tinggi penggunaan *debit card* maka akan selaras pada peningkatan pengeluarannya. Hal ini jika dipandang dari segi psikologis bahwa bila orang lebih mudah menggunakan uang yang non tunai. Ini tidak tentang teknologi, tetapi mengenai perilaku manusia dalam pertukaran uang sebagai instrumen fisik dan non fisik (Anong & Routh, 2022).

#### Pengaruh Penggunaan *E-money* (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Hasil yang diperoleh bahwasanya penggunaan *e-money* berpengaruh positif yaitu dengan nilai koefisien sebesar 0,308 dan nilai signifikansi pada  $\alpha$  (0,05) sebesar  $0,000 < 0,05$  pada perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya. Ini berarti apabila penggunaan *e-money* mengalami peningkatan maka juga akan diikuti meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Penyebabnya karena *e-money* adalah salah satu bagian dari berkembangnya financial technology menjadi sebuah trend karena memberi penawaran kepada pengguna dalam hal keefektifan bertransaksi sehingga mereka tidak perlu membawa uang tunai sehingga hal ini dapat menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil riset ini selaras dengan Dwi Sari et al., (2020) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) Terhadap Perilaku Konsumen” dengan hasil bahwa penggunaan *E-money* mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

#### Pengaruh Penggunaan *Debit card* (X1) dan *E-money* (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penggunaan *debit card* dan *e-money* secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa. Hal ini terlihat nilai  $F_{hitung} (120,900) > F_{tabel} (2,68)$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Oleh variabel *debit card* dan *e-money* secara bersama-sama memberikan kontribusi pada perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang berada pada *Adjusted R Square* mendapatkan nilai sebanyak 0,666 yang artinya *debit card* dan *e-money* mempunyai kontribusi sebesar 66,6% pada perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya. Sementara nilai selebihnya 33,4% disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan oleh peneliti seperti uang saku, literasi keuangan, status sosial ekonomi orang tua, teman sebaya, *life style* dsb.

Hasil riset ini selaras dengan (Ramadani, 2016) yang memiliki judul “Pengaruh Penggunaan *Debit card* dan Uang Elektronik (*E-money*) Terhadap Pengeluaran Mahasiswa” dengan hasil bahwa penggunaan *debit card* dan *e-money* secara bersama-sama memberikan pengaruh positif serta signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa.

## PENUTUP

Kesimpulan penelitian ini yaitu penggunaan *debit card* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan, penggunaan *e-money* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan serta *debit card* dan *e-money* secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Saran-saran yang sekiranya akan bermanfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan pada riset ini kedepannya

yaitu dalam memenuhi kebutuhan diri dapat mengatur rancangan budgeting untuk skala prioritas dan mengimplementasikan prinsip hidup sederhana seperti yang diajarkan oleh agama yakni perilaku konsumsi yang secukupnya dan tidak boros. Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan objek yang lebih meluas dan mengembangkan variabel pada riset ini dengan menambah faktor lainnya yang juga berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anindita, R., & Pudjiastuti, Agnes, Q. (2016). Konsep Dasar Ekonomi Manajerial. *Modul 1 Universitas Terbuka*.
- Anjelina, A. (2018). PERSEPSI KONSUMEN PADA PENGGUNAAN E-MONEY. *JOURNAL OF APPLIED MANAGERIAL ACCOUNTING*, 2(2).  
<https://doi.org/10.30871/jama.v2i2.934>
- Anong, S. T., & Routh, A. (2022). Prepaid debit cards and banking intention. *International Journal of Bank Marketing*, 40(2).  
<https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2021-0401>
- Azizi, A. (2019). Pengaruh Daya Tarik Promosi, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (E-Money). *Ekonomi*.
- David, B., Abel, F., & Patrick, W. (2016). Debit card and demand for cash. *Journal of Banking and Finance*, 73.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2016.08.009>
- Dwi Sari, A. N., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 1.  
<https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.19202>
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada

- Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed)*. Universitas Diponegoro.
- Indrawati, & dkk. (2017). *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. PT. Refika Aditama.
- Junaedi, E. (2020). QUO VADIS MARKETING PERBANKAN SYARIAH DI ERA MILENIAL INDUSTRI 4.0. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21(1). <https://doi.org/10.36769/asy.v21i1.99>
- Kharisma, D. B. (2021). Urgency of financial technology (Fintech) laws in Indonesia. *International Journal of Law and Management*, 63(3). <https://doi.org/10.1108/IJLMA-08-2020-0233>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2). <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mufirdah, D. (2020). *Pengaruh Convenience, Performance, dan Privacy dalam Penerapan Aplikasi Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Remaja dalam Berbelanja Online*.
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1). <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business Horizons*, 64(2). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.12.004>
- Omodero, C. O. (2021). Fintech Innovation in the Financial Sector: Influence of E-Money Products on a Growing Economy. *Studia Universitatis Vasile Goldis Arad, Economics Series*, 31(4). <https://doi.org/10.2478/sues-2021-0018>
- Patwardhan, A. (2018). Financial Inclusion in the Digital Age. In *Handbook of Blockchain, Digital Finance, and Inclusion, Volume 1: Cryptocurrency, FinTech, InsurTech, and Regulation*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-810441-5.00004-X>
- Pardede, A. (2020). *Pengaruh Penggunaan Electronic Money, Kartu Debit, Literasi Keuangan, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Prakoso, S. A., & Rusdarti. (2017). *Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2013)*. *Economic Education Analysis Journal*, 3(1), 1–10.
- Rida Nur Afiah. (2020). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. 2507(February), 1–9.
- Puspitasari, N. (2021). *Analisis Pengaruh Penggunaan Electronic Money Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Indonesia*
- Santika, Y. D. (2020). *Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan E-Money Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Di Tengah Pandemi Covid* 19.

<http://repository.stie-mce.ac.id/id/eprint/1044>

<https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>

- Sathish, M. T., Sermakani, R., & Sudha, G. (2020). A Study on the Customer's Attitude toward the E-Wallet Payment System. *International Journal of Innovative Research in Technology*, 6(12), 642–645. [https://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_wallet](https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_wallet)
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Teknologi*, 5(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02). <https://doi.org/10.30996/persona.v4i0.2.556>
- Tshukudu, M. K. (2018). *The Relationship Between Electronic-Money Penetration and Household Consumption: VECM Granger Causality Analysis. The Global Diamond Industry: Economics and Development*, 2, 251–290.
- Utami, S. S. (2017). Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money (Studi pada Mahasiswa STIE Ahmad Dahlan Jakarta). *Balance*, XIV(2).
- Widayat, W., Masudin, I., & Satiti, N. R. (2020). E-Money payment: Customers' adopting factors and the implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030057>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1).