PENGARUH PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

SKRIPSI

Oleh:

SITI ERNA PURNAMA WATI

NIM: G73216083

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SURABAYA

2020

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Siti Erna Purnama Wati

NIM : G73216083

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen

Judul Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa, skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 02 Maret 2020

Saya yang menyatakan,

Siti Erna Purnama Wati

NIM. G73216083

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Siti Erna Purnama Wati NIM. G73216083 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan

Surabaya, 04 Maret 2020

Pembimbing

Dr. Mustofa, S.Ag. M.E.I

NIP. 197710302008011007

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Siti Erna Purnama Wati NIM. G73216083 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari dan tanggal: Kamis, 19 Maret 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ilmu Manajemen.

Manjelis Munaqosah Skripsi :

Penguji I

Dr. Mustofa, S. Ag, M.E.I
NIP.197710302008011007

Penguji II

Dr. Ir. Muhamad Ahsan, MM
NIP. 196806212007011030

Penguji III

Nurlailah, SE, MM
NIP.196205222000032001

Penguji IV

Riska Ayu Setiawati, SE., M.SM
NIP. 199305032019032020

Surabaya, 16 Juli 2020

Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM
NIP. 196212141993031002

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SITI ERNA PURNAMA WATI
NIM : G73216083
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM/MANAJEMEN
E-mail address : erna.purnamaw@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☐ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP MAHASISWA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 21 Juli 2020

Penulis

(SITI ERNA PURNAMA WATI)

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya"** ini merupakan penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendeatan desriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel adalah *Nonprobability Sampling* dengan pemilihan sampel menggunakan *accidental sampling* sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan *SPSS 20 for Windows*. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana yang sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Variabel penggunaan *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,6 %. Sedangkan sisanya 65,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil wawancara pengaruh variabel yang tidak diteliti meliputi: diskon, promosi iklan, harga dan kualitas layanan.

Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, maka saran yang dapat diajukan sebagai bahan masukan adalah sebaiknya penelitian selanjutnya lebih mengembangkan variabel yang akan diamati sehingga dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam dan luas mengenai perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata kunci : *Digital Payment* dan Perilaku Konsumtif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN iv

PERSETUJUAN PUBLIKASI v

ABSTRAK vi

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah 9

C. Rumusan Masalah 10

D. Tujuan Penelitian 10

E. Kegunaan Hasil Penelitian 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA 12

A. Landasan Teori 12

1. *Digital Payment* 12

2. Perilaku Konsumtif 15

B. Penelitian Terdahulu 17

C. Kerangka Konseptual 21

D. Hipotesis 21

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III METODE PENELITIAN 22
A. Jenis Penelitian 22
B. Populasi dan Sampel Penelitian 23
C. Definisi Operasional 24
D. Waktu dan Tempat Penelitian 25
E. Sumber Data 25
F. Teknik Pengumpulan Data 26
G. Teknik Analisis Data 30
H. Sistematika Pembahasan 37
BAB IV HASIL PENELITIAN 39
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian 39
B. Hasil Data Instrumen 46
C. Analisis Data 59
BAB V PEMBAHASAN 68
A. Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya 68
BAB VI PENUTUP 82
A. Kesimpulan 82
B. Saran 82
DAFTAR PUSTAKA 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Transaksi Kartu Debit dan Kredit 2012-2018 2

Tabel 1.2 Transaksi Uang Elektronik 2012-2018 4

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 19

Tabel 3.1 Definisi Operasional 24

Tabel 3.2 Skala Instrumen 28

Tabel 3.3 Rating Scale 29

Tabel 3.4 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden untuk Variabel X 46

Tabel 4.1 Hasil Data Instrumen Variabel X 52

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden untuk Variabel Y 52

Tabel 4.3 Hasil Data Instrumen Variabel Y 56

Tabel 4.4 Hasil Wawancara Variabel X 57

Tabel 4.5 Hasil Wawancara Variabel Y 58

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X 59

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y 60

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas Instrumen 61

Tabel 4.9 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov 62

Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas Varians 63

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas 64

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 64

Tabel 4.13 Hasil Uji t 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.14 Hasil Uji F 66

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi 67

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Digital Payment 5

Gambar 1.2 Digital Payment Yang Sering Digunakan 6

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 21

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden 44

Gambar 4.2 Jenjang Semester Responden 44

Gambar 4.3 Asal Fakultas Responden 45

Gambar 4.4 Uji Normalitas Probability Pot 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era digital saat ini perkembangan teknologi berkembang pesat dalam membantu atau mempermudah kehidupan masyarakat. Masyarakat membuat berbagai alat yang canggih untuk mempermudah kegiatan sehari-hari mereka. tidak terkecuali dalam sistem pembayaran. Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.[1]

Saat ini fenomena penggunaan sistem pembayaran digital semakin banyak diminati. Sistem pembayaran digital atau biasa disebut *digital payment* merupakan pembayaran dengan sistem pembayaran menggunakan media elektronik, seperti *internet banking*, *mobile banking*, dompet elektronik, dan lain sebagainya. Dengan adanya *digital payment*, masyarakat akan lebih mudah dalam melakukan proses pembayaran.

Di Indonesia sebenarnya sudah tersedia berbagai variasi pembayaran yang semakin berkembang dari masa ke masa. Awalnya *digital payment* di Indonesia diawali dengan penerbitan *payment cards*. *Payment cards* ini berbentuk seperti kartu kredit untuk digunakan sebagai alat pembayaran. Kartu pembayaran ini sudah populer sejak tahun 1980-an dan dihadirkan untuk menggantikan pembayaran

---

[1] *Sekilas - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx, diakses pada 14 Mei 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tunai. Seiring dengan banyaknya masyarakat yang tertarik menggunakan *payment card* ini, banyak juga perbankan yang menawarkan beragam fitur dan diskon khusus untuk para penggunanya.

Tabel 1.1
Transaksi Belanja Kartu Debit Dan Kredit Periode 2012-2018

PERIODE		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BELANJA KARTU DEBIT	VOLUME	184,880,398	242,845,289	292,054,983	348,746,229	424,288,872	501,215,442	577,329,898
	NOMINAL	110,703,020	147,112,907	180,640,902	210,386,400	251,846,504	286,214,063	293,279,148
BELANJA KARTU KREDIT	VOLUME	217,965,183	235,695,969	250,543,218	274,719,267	297,661,974	319,291,747	330,145,675
	NOMINAL	197,558,985	219,026,984	250,177,515	273,141,967	272,950,052	288,912,876	305,201,320

VOLUME DALAM SATUAN TRANSAKSI
NOMINAL DALAM JUTAAN RUPIAH

Sumber: Statisik Sistem Pembayaran Bank Indonesia[2]

Dari tabel data bank Indonesia diatas transaksi belanja masyarakat dengan menggunakan *payment card* sudah sangat tinggi dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2018 selalu mengalami kenaikan yang signifikan. Di tahun 2018 transaksi belanja dengan kartu debit mencapai Rp. 293,27 miliar, sedangkan untuk transaksi kartu kredit mencapai Rp. 305,20 miliar.

Setelah kehadiran *payment cards, digital payment* di Indonesia mengalami perubahan dengan hadirnya *m-banking* atau *e-banking* atau uang elektronik. Dimulai pada tahun 2001, BCA (Bank Central Asia) mengoperasikan *e-banking* secara masif via situs Klik BCA. Kehadiran *m-banking* dan *e-banking* semakin

[2] *Transaksi - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/apmk/contents/transaksi.aspx, diakses 14 pada November 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diminati masyarakat di Indonesia terutama bagi mereka yang gemar berbelanja online di platform *e-commerce*.

Menurut Peraturan Bank Indonesia tentang uang elektronik, Uang Elektronik merupakan alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunanya harus menyetorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (top-up). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip atau server.[3]

Uang Elektronik berbasis chip biasanya tersedia dalam bentuk kartu yang langsung dikeluarkan oleh perbankan, seperti E-Money Mandiri, TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, dan yang lainnya. Sementara untuk *e-money* berbasis server yang lebih dikenal dengan e-wallet contohnya Ovo, Go-Pay, Dana, T-cash dan lain sebagainya.[4]

---

[3] *Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx, diakses pada 11 Oktober 2019.

[4] *Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/sistem-pemabayaran/instrumen-nontunai/unik/Contents/Default.aspx, diakses pada 29 Oktober 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 1.2

Transaksi Uang Elektronik Periode 2012-2018

Periode	Tahun 2012	Tahun 2013	Tahun 2014	Tahun 2015	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Volume	100,623,916	137,900,779	203,369,990	535,579,528	683,133,352	943,319,933	2,922,698,905
Nominal	1,971,550	2,907,432	3,319,556	5,283,018	7,063,689	12,375,469	47,198,616

VOLUME DALAM SATUAN RANSAKSI
NOMINAL DALAM JUTAAN RUPIAH

Sumber: Statisik Sistem Pembayaran Bank Indonesia[5]

Dari data tabel 1.2 diatas dijelaskan bahwa, data statistik sistem pembayaran bank Indonesia transaksi uang elektronik mengalami peningkatan sangat signifikan. Volume transaksi mencapai 2,9 triliun pada tahun 2018 dengan nominal Rp. 47,19 Juta.

Dikutip dari laman financial bisnis.com "hasil riset Morgan Stanley yang dipublikasikan Kamis (21/2/2019) memperlihatkan besarnya jumlah kenaikan pengguna dan transaksi pembayaran digital di Indonesia. Survei yang dilakukan Morgan Stanley menunjukkan bahwa 39% responden masih memilih uang kas sebagai metode pembayaran sehari-hari, untuk penggunaan dompet digital milik perusahaan tekfin mencapai 20% responden, kartu debit 12%, RTGS 10%, pembayaran digital dari bank 6%, provider seluler 6%, serta e-commerce 6%. Dan kartu kredit 1%. Merujuk hasil survei itu, bisnis dompet digital di Indonesia saat ini dikuasai produk-produk milik perusahaan tekfin seperti Go-Pay, OVO, dan DANA.

---

[5] *Transaksi - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx, di akses pada 14 Nov 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tercatat 73% responden mengaku memakai layanan OVO dan 71% memiliki Go-Pay, sedangkan pengguna DANA baru 1%."[6]

Hal ini sejalan dengan observasi yang dilakukan peneliti, *digital payment* kini bisa digunakan untuk transaksi apapun. Misalnya untuk berbelanja di minimarket, untuk biaya transportasi, berbelanja online, membayar tagihan listrik, air dan masih banyak lagi. Karena banyak kemudahan-kemudahan yang diberikan teknologi pembayaran ini. Anak muda atau biasa yang disebut anak millennial merasa mendapatkan keuntungan karena mereka suka dalam hal-hal yang instan atau praktis. Dikalangan mahasiswa sendiri sudah banyak yang menggunakan *digital payment* demi memenuhi kebutuhan maupun keinginana mereka.

Gambar 1.1

Jumlah Pengguna Digital Payment

Sumber: Data diolah peneliti, 2019

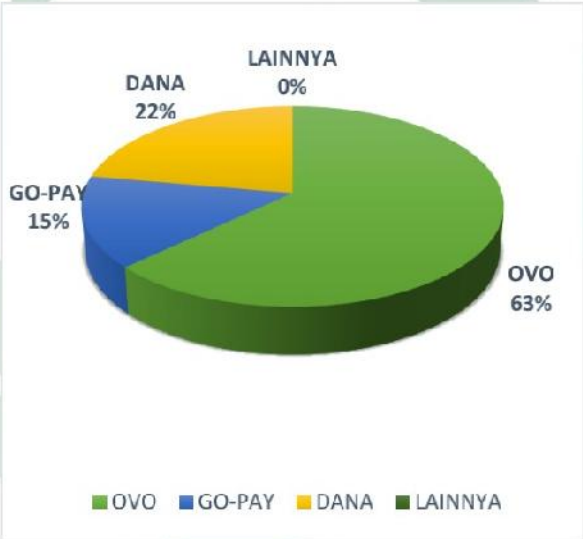
[6] Ialu Rahadian, "Industri Pembayaran Digital : Bank dan Fintech Berebut Pasar? |-Finansial", *Bisnis.com*, https://finansial.bisnis.com/read/20190225/90/893062/industri-pembayaran-digital-bank-dan-fintech-berebut-pasar, di akses pada 7 Oktober 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan grafik diatas, survey singkat yang dibuat peneliti kepada 30 mahasiswa yang dipilih secara acak pada 5 fakultas berbeda di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, hasilnya 3 dari mahasiswa menyatakan belum pernah menggunakan *digital payment* sedangkan 27 lainnya pernah menggunakan *digital payment*. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa beberapa mahasiswa memang sudah pernah menggunakan aplikasi *digital payment.*

Gambar 1.2

***Digital Payment* Yang Paling Sering Digunakan**



Sumber: Data diolah peneliti, 2019

Survey singkat kedua mengenai pengguna *digital payment*, peneliti memberikan pertanyaan lanjutan kepada 27 mahasiswa yang pernah menggunakan *digital payment* tentang aplikasi *digital payment* apa yang sering digunakan oleh mahasiswa, berdasarkan grafik diatas hasil yang diperoleh 17 mahasiswa sering menggunakan aplikasi OVO, 6 Mahasiswa menggunakan DANA dan 4 mahasiswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan GO-PAY dan tidak ada yang pernah mengunakan *digital payment* lainnya.

Berdasarkan data tersebut peneliti mengambil tiga jenis *digital payment* yaitu: OVO, Go-Pay dan DANA. Tiga jenis *digital payment* ini merupakan platform pembayaran digital / dompet digital yang paling dikenal di Indonesia.

Dalam laman kompas.com, OVO menjadi layanan dompet digital yang masuk daftar 5 besar di Indonesia, menurut survei iPrice Group. Adapun 5 besar aplikasi dompet digital di Indonesia dengan pengguna terbanyak, secara berurutan adalah Go-Pay, OVO, Dana, LinkAja, dan Jenius.[7]

Dari fenomena pembayaran digital yang telah terjadi, tentu saja membuat perubahan gaya hidup masyarakat, karena semakin dipermudah dengan adanya sistem pembayaran digital. Masyarakat sekarang cenderung berperilaku konsumtif dan lebih memilih segala sesuatu yang lebih efektif dan efisien untuk membantu kegiatan sehari-harinya.

Menurut Setiaji dalam jurnal Uwatun Hasanah menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan

---

[7] Kompas Cyber Media, "Menkominfo: Ovo Jadi 'Startup Unicorn' Kelima dari Indonesia", *KOMPAS.com*, https://tekno.kompas.com/read/2019/10/07/06500027/menkominfo-ovo-jadi-startup-unicorn-kelima-dari-indonesia, diakses pada 15 November 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.[8]

Perilaku konsumtif yang nantinya akan membuat pengeluaran yang tidak diinginkan menjadi tidak terkendali. Bagi mahasiswa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang merugikan bagi keuangan mereka, terlebih kebanyakan dari mereka belum bekerja. Mahasiswa harus bisa mengelolah uang sakunya dengan baik. karena bisa saja kebutuhan tidak terpenuhi karena keinginan mereka untuk membeli sesuatu yang seharusnya tidak perlu semakin menjadi-jadi.

Dengan perkembangan internet yang memadai sekarang ini memudahkan mahasiswa dalam melakukan transaksi online. Misalnya dalam membeli barang, layanan pesan antar makanan dan juga transportasi online. Terlebih lagi setiap aplikasi *digital payment* memberikan penawaran promo dan cashback besar-besaran sehingga banyak yang tertarik untuk menggunakannya.

Di kota besar seperti Surabaya yang sudah memiliki akses internet yang lancar, perkembangan infrastruktur yang sudah memadai serta inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan berkembang sangat pesat disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran digital ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertransaksi.

Apalagi jika sejalan dengan lingkungan sosial dan teman-teman yang juga memiliki gaya konsumtif, mahasiswa seringkali ikut-ikutan dalam membeli hal-hal

---

[8] Uwatun Hasanah, "Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri", PhD Thesis (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2007), 11.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mereka inginkan. Misalkan saja baju yang sedang *trend* saat ini. membeli baju tersebut mungkin akan membuat mahasiswa lebih percaya diri. Atau mungkin hanya untuk pamer dimedia sosial sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kepuasan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya hal yang diperoleh hanya bersifat semu.

Perkembangan pembayaran digital ini merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhannya, karena perkembangan sistem pembayaran yang memberikan berbagai fasilitas kemudahan seharusnya menjadikan seseorang dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien dan mudah mengelola keuangan dengan baik tetapi bisa juga membuat seseorang menjadi konsumtif.

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan pada latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Penggunaan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya"**

B. Idenfikasi Masalah dan Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kesadaran mahasiswa dalam mengelolah keuangannya.
2. Mahasiswa tidak bisa mengontrol pembelian yang sesuai kebutuhan mereka.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dibuat, peneliti membatasi masalah penelitian, yaitu:

Pengaruh atau tidaknya *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

C. Rumusan Masalah

Apakah penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk menguji pengaruh positif dan signifikan penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam suatu pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen maupun perbankan, khususnya tentang penggunaan *digital payment* (pembayaran digital) yang merupakan perkembangan pemasaran sistem pembayaran saat ini terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan dalam aspek teoritis bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya dalam inovasi teknologi. Selain itu, penelitian ini bisa menjadi rujukan penelitian selanjutnya khususnya dalam pemanfaatan *financial technologi (fintech)*.

b. Bagi Pemangku Kepentingan

Penelitian ini dapat dijadikan evaluasi untuk para pemangku kepentingan khususnya pemilik *financial technologi (fintech)* agar terciptanya sistem pembayaran digital yang nantinya tidak hanya mempermudah konsumen dalam bertransaksi namun juga dapat memberikan inovasi dalam mengelola keuangan konsumen seperti investasi, menabung dan lain sebagainya.

c. Bagi Akademisi

Sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, khususnya Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sebagai sumbangan fikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bahan kebijakan institusi dalam menghadapi studi pengetahuan dan teknologi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Digital Payment

Pembayaran digital merupakan sebuah metode terbaru dalam alat transaksi yang mana tidak membutuhkan lagi uang kertas maupun cek sehingga memudahkan pengguna. Sistem Pembayaran digital yang biasa disebut *digital payment* atau *mobile payment* adalah Alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.

Menurut bank Indonesia meskipun instrumen pembayaran elektronik dengan menggunakan kartu telah berkembang menjadi bentuk yang lebih praktis. Saat ini di Indonesia sedang berkembang suatu instrumen pembayaran yang dikenal dengan uang elektronik. Walaupun memuat karakteristik yang sedikit berbeda dengan instrumen pembayaran lainnya seperti kartu kredit dan kartu ATM/Debit, namun penggunaan instrumen ini tetap sama dengan kartu kredit dan kartu ATM/Debit yaitu ditujukan untuk pembayaran.[9]

---

[9] *Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia*, https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx, diakes pada 11 Oktober 2019.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adapun indikator *digital payment* diambil dari jurnal penelitian Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior* yang ditulis oleh Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati,[10] yaitu:

a. *Perceived* Ease of Use

Kemudahan yang diberikan dari layanan digital payment baik berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran digital dimodifikasi menjadi lebih praktis dengan pembayaran berbasis barkode (QR) atau nomor unik. Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan persepsi kemudahan memiliki pengaruh terhadap intensitas penggunaan layanan online banking. Penelitian oleh Lwoga & Lwoga membuktikan Perceived Ease of Use memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Payment*.[11]

b. *Perceived Usefulness*

Konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan tabungan mereka atau meningkatkan efisiensi dalam cara mereka melakukan berbagai transaksi.[12] Semakin besar manfaat yang diberikan menimbulkan perilaku seseorang dalam membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan mobile phone. Beberapa

---

[10] Michael Agustio Gosal and Nanik Linawati, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior", PhD Thesis (Petra Christian University, 2018), 456-457.

[11] Edda Tandi Lwoga and Noel Biseko Lwoga, "User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security, System Characteristics and Gender", *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, No.1, Vol. 81, (2017), 18.

[12] *Ibid.*, 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian sebelumnya membuktikan *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.[13]

c. *Perceived credibility*

Persepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan menggunakan *digital payment*.[14] Semakin tinggi tingkat kredibilitas suatu teknologi akan meningkatkan intensitas penggunaan layanan *digital payment*.

Penelitian terdahulu membuktikan *Perceived Credibility* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.[15]

d. *Social Influence*

Social Influence menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan layanan *mobile payment*. Penelitian sebelumnya membuktikan Social Influence berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.[16]

---

[13] Key Pousttchi and Dietmar G. Wiedemann, "What influences consumers' intention to use mobile payments", *LA Global Mobility Round table* (2007), 12-13.

[14] Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, and Devika Nadarajah, "Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia", *Procedia Computer Science*, vol. 124 (2017), 399.

[15] *Ibid.*, 403

[16] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Behavioral Intention

Intensitas penggunaan (*Behavioral Intention) mobile payment* akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas dan pengaruh sosial. Mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* untuk mempermudah seseorang dalam bertransaksi akan mendorong seseorang untuk lebih banyak membelanjakan uangnya. Adapun penelitian sebelumnya membuktikan bahwa penggunaan layanan *mobile payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *spending behavior* kaum millennial di Surabaya.[17]

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku (behavior) adalah apapun yang dikatakan atau dilakukan seseorang. Secara teknis perilaku adalah apapun aktivitas otot, kelenjar atau aktivitas di sebuah organisme.[18]

Menurut Sumartono dalam jurnal fransisca perilaku konsumtif adalah tindakan membeli dan mengkonsumsi barang yang tidak bermanfaat secara berlebihan untuk memenuhi keinginannya.[19] Oleh karena itu, dalam pembelian barang individu tidak lagi melihat nilai pakainya yaitu untuk mencukupi kebutuhan tetapi digunakan untuk memenuhi keinginannya. Individu tidak lagi mengenali

---

[17] Gosal and Linawati, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior".

[18] Garry Martin and Joseph Pear, *Modifikasi Perilaku* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 3.

[19] Fransisca dan P. Tommy Y.S Suyasa, "Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran", *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, No. 2, Vol. 7 (2005), 176.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhan sesungguhnya, namun justru selalu tergoda untuk memuaskan keinginan sesaat.

Sumartono juga menjelaskan bahwa munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Adapun faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga dan demografi. Sedangkan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup. [20]

Oleh sebab itu, perilaku konsumtif merupakan sebuah sikap dalam mengonsumsi yang berlebihan karena tidak memiliki prioritas utama dalam hidup melainkan hanya ingin memenuhi nafsu membelinya saja, sehingga pembeliannya menjadi kurang bermanfaat. Perilaku konsumtif dilihat dari dua sisi yaitu internal dan eksternal. Sisi internal dalam mengonsumsi dilihat melalui konsep diri, gaya hidup, literasi keuangan, kepribadian, motivasi dan religiusitas. Sedangkan sisi eksternal dilihat dari lingkungan, media sosial dan kebudayaan.

Menurut Erich Fromm dalam jurnal Amaliah Nafli berjudul Hubungan Antara Citra Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Produk Make Up Pada Wanita Karir, Fromm mengemukakan 4 indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif, yaitu :

---

[20] *Ibid.*, 177.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Pemenuhan keinginan (*wants*).

Rasa puas pada manusia tidak pernah habis dan semakin meningkat oleh karena itu manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan hal tersebut.

b. Barang diluar jangkauan

Saat individu menjadi konsumtif maka semakin lama tindakan mengkonsumsi menjadi menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu akan selalu belum puas dan akan terus mencari kepuasan dengan terus membeli barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

c. Barang tidak produktif

Penggunaan barang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Individu selalu tidak puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dia selalu membeli barang walaupun sebenarnya barang tersebut belum tentu penting untuknya.

d. Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman "pemuasan angan-angan" untuk mencapai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.

B. Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan telaah dari berbagai sumber penelitian di internet, ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan, diantaranya: Pertama, penelitian oleh Laila Ramdani dengan judul Pengaruh Penggunaan Kartu Debit & Uang Elektronik *(E-Money)* terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa, menggunakan metode penelitian analisis regresi linier berganda. Kedua, penelitian oleh Indrawan Firdauzi dengan judul, memiliki Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Yogyakarta, dengan menggunakan metode penelitian *field research.* Ketiga penelitian Luthfan Darma Prasetia, dengan judul Pengaruh penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) Dan terhadap Perputaran Uang (*Velocity Of Money*) di Indonesia, menggunakan metode penelitian analisis regresi linier berganda . Keempat, penelitian Putri Ratna Nelasari dan Hendry Cahyono, dengan judul penelitian Pengaruh Sistem Transaksi Non Tunai Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat di Surabaya, dengan menggunakan metode penelitian konklusif. Kelima, penelitian Rianti Hikmah Ramadhani, dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara), menggunakan metode penelitian asosiatif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk mengetahui lebih detail tentang penelitian terdahulu yang relevan beserta persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dibuat peneliti terdapat pada tabel 2.1 dibawah ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI DAN TAHUN PENELITIAN	JUDUL PENELITIAN	HASIL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Laila Ramadani (2016)	Pengaruh Penggunaan Kartu Debit & Uang Elektronik *(E-Money)* terhadap pengeluaran konsumsi Mahasiswa	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kartu debit dan penggunaan uang elektronik (e-money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa ekonomi pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014	- Variabel bebas yang digunakan yaitu uang elektronik *(e-money)* - Responden penelitian adalah mahasiswa	- Variabel bebas lain yang digunakan yaitu kartu debit - Variabel terikat yang digunakan yaitu pengeluaran konsumsi
2	Indrawan Firdauzi (2017)	Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, dan Perilaku Konsumen Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta	Terdapat pengaruh positif signifikan antara kemampuan finansial, kemudahan dan perilaku konsumen terhadap minat penggunaan uang elektronik di kota Yogyakarta.	- Fokus penelitian yang diteliti yaitu perilaku konsumen dan penggunaan uang elektronik	- Tiga variabel bebas yang digunakan yaitu pengaruh kemampuan finansial, kemudahan dan perilaku konsumen - Responden penelitian yaitu masyarakat Yogyakarta

3	Luthfan Darma Prasetia (2018)	Pengaruh penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Dan terhadap Perputaran Uang (Velocity Of Money) di Indonesia.	Variabel jumlah uang elektronik beredar, dan jumlah mesin EDC uang elektronik secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel perputaran uang.	- Variabel bebas yang digunakan yaitu uang elektronik *(e-money)*	- Variabel terikat yang digunakan yaitu perputaran uang (Velocity Of Money) - Objek penelitian yaitu jumlah uang beredar dan jumlah mesin EDC uang elektronik
4	Putri Ratna Nelasari, Hendry Cahyono (2018)	Pengaruh Sistem Transaksi Non Tunai Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat di Surabaya.	Terdapat hubungan kausalitas satu arah, sistem transaksi non tunai tidak berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat tetapi sebaliknya, konsumsi masyarakat mempengaruhi sistem transaksi non tunai.	- Variabel bebas yang digunakan yaitu Sistem transaksi non tunai	- Variabel terikat yang digunakan yaitu perilaku konsumsi - Responen Peneltian yaitu Masyarakat Surabaya
5	Rianti Hikmah Ramadhani (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)	Secara serempak literasi keuangan, electronic money, gaya hidup, dan control diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Starata-1 manajemen Universitas Sumatera Utara	- Variabel bebas yang digunakan yaitu uang elektronik (*e-money*) - Responen Peneltian yaitu mahasiswa	- Tiga variabel terikat lain yang digunakan yaitu literasi keuangan, gaya hidup dan kontrol diri.

C. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1

Kerangka Konseptul

Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dijelaskan bahwa penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas (*digital payment*) dan satu varibel terikat (perilaku konsumtif). Kerangka konseptual ini digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

D. Hipotesis

Menurut Syofian Siregar, hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih.[21] Berdasarkan kerangka konseptual di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Penggunaan *digital payment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Ha: Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

---

[21] Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III
METODE PENELITIAN

E. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan pada penelitia ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[22]

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan deskrptif verifikatif, pendekatan deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.[23] Sedangkan verifikatif menunjukkan penelitian mencari pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

[22] Sugiyono, *Metode Peneitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulaitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

[23] *Ibid.*, 29.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

F. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkaan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[24] Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dipilih secara *Nonprobability Sampling* dimana subjek penelitiannya ditentukan sebelum penelitian dilakukan.

Sampel sumber data bersifat *accidental sampling*, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang manusia yag kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[25]

Karena populasi pengguna *digital payment* di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow[26] yaitu:

---

[24] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), 119.

[25] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian, Edisi 25* (Bandung: Alfabeta, 2014), 67.

[26] Stanley Lemeshow et al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997), 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Zα = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai α = 5% = 1.96

P = Prevalensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 – P L = Perilaku ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1{,}96^2)\times 0{,}5\times 0{,}5}{(0{,}1^2)} = 96{,}04$ Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

G. Definisi Operasional

Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti dapat mengetahui suatu variabel yang akan diteliti. Berikut ini adalah definisi opera

Tabel 3.1

Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Digital Payment (X)	Alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu.	Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati : - *Perceived Ease of Use.* - *Perceived Usefulnes.* - *Perceived Credibility.* - *Sosial Influence.* - *Behavior Intention.*
Perilaku Konsumtif (Y)		Erich Fromm : - Pemenuhan keinginan (wants). - Barang diluar jangkauan - Barang tidak produktif - Status

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Tindakan membeli dan mengkonsumsi barang yang tidak bermanfaat secara berlebihan untuk memenuhi keinginannya.	

H. Waktu dan Tempat Penelitian

Tempat yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Pemilihan Tempat ini dilihat dari permasalahan penelitian yang disesuaikan dengan penelitian yakni pengaruh *digital payment* terhadap tingkat konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari-Februari.

I. Sumber Data

Sutopo menjelaskan bahwa sumber data adalah tempat data diperoleh dengan menggunakan metode tertentu baik berupa manusia, artefak, ataupun dokumen-dokumen. [27] Sumber data dalam penelitian ini, terdapat dua jenis sumber data antara lain:

1. Data Primer

   Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden atau narasumber. Responden atau narasumber yang dipilih oleh peneliti untuk penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang pernah mengunakan *digital payment*.

[27] Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Universitas Negeri Surakarta, 2006), 56.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen atau literatur yang menjadi hasil dari laporan penelitian baik berasal dari dinas atau instansi sumber lainnya yang menunjang. Data sekunder penelitian didapat dari buku-buku tentang perilaku konsumen, artikel-artikel dan jurnal tentang *digital payment*, buku statistika penelitian, metode penelitian gabungan dan lain sebagainya.

J. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.[28]

1. Observasi

Menurut Arikunto, Observasi atau yang disebut pula pengamatan, meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.[29] Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk melakukan gambaran realistis dilapangan.

---

[28] Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 62.

[29] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Karya, 2008), 146.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[30]

Berdasarkan instrumen penelitian yang akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *skala likert*.

Menurut Sugiyono, *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.[31] Menurut sugiyono, hal pertama yang harus dilakukan dalam perhitungan *skala linkert* adalah menentukan skor pada tiap jawaban yang akan diberikan.

Nantinya variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Jawaban setiap item instrumen mempunyai nilai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju yang berupa angka dan kata-kata, antara lain:

---

[30] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi…*, 142.

[31] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian…*, 132.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.2

Skala Instrumen

Skala Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Kemudian menghitung skor ideal pada tiap instrument dengan rumus perhitungan skor ideal (kriterium):

Skor kriterium = nilai skala x jumlah responden

Tabel 3.3

Skor Kriterium

Rumus	Skala Jawaban
5x100=500	Sangat Setuju
4x100=400	Setuju
3x100=300	Netral
2x100=200	Tidak Setuju
1x100=100	Sangat Tidak Setuju

Selanjutnya skor yang diperoleh dimasukkan kedalam *rating scale* untuk mengetahui hasil data kuesioner dan wawancara secara umum dan keseluruhan yang didapat dari penilaian kuesioner dan wawancara, dengan ketentuan sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.4

Rating Scale

Nilai Jawaban	Skala Jawaban
401-500	Sangat Setuju
301-400	Setuju
201-300	Netral
101-200	Tidak Setuju
0-100	Sangat Tidak Setuju

Dalam penelitian ini kuesioner diberikan kepada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang menggunakan *digital payment*.

3. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.[32]

Wawancara yang digunakan pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang sistematis kepada tiga mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang dipilih secara acak. wawancara dilakukan untuk memperkuat atau memperdalam hasil penelitian ini.

[32] Sugiyono, *Metode Peneitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulaitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 194.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian

K. Teknik Analisis Data

1) Analisis Kuantitatif

Teknik analisis data kuantitatif menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, karena variabel yang terlibat dalam penelitian ini hanya ada dua, yaitu penggunaan *digital payment* sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Analisis data kuantitatif pada penelitian ini menggunakan *SPSS 20 for Windows*. Analisis regresi linier sederhana dapat dilaksanakan apabila telah memenuhi syarat-syarat sebagai berikut ini:

a. Sampel diambil secara random (acak)
b. Variabel X dan variabel Y mempunyai hubungan yang kausal, dimana X merupakan sebab dan Y merupakan akibat.
c. Nilai Y mempunyai penyebaran yang berdistribusi normal.
d. Persamaan tersebut hendaknya benar-benar linier.

Apabila syarat-syarat tersebut tidak terpenuhi maka analisis regresi liner sederhana tidak dapat dilanjutkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Uji validitas dan reliabilitas instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah instrumen (kuesioner). Instrumen dapat dikatakan valid, apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh pada tiap item dengan skor total masing-masing atribut. untuk mengetahui setiap butir pertanyaan valid atau tidak valid yaitu dengan syarat[33] :

(1) Jika r hitung ≥ r tabel dengan signifikasi 95%, maka instrumen tersebut dinyatakan valid.

(2) Jika r hitung ≤ r tabel dengan signifikasi 95%, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono, dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.[34] Reliabilitas instrumen merupakan

---

[33] Sugiyono, *Metode Peneitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulaitatif, dan R&D…*, 203.

[34] *Ibid.*, 354.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syarat untuk pengujian validitas instrumen. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pernyataan pada penelitian ini akan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha* yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: jumlah butir pertanyaan

σ_t^2 : varians total

Instrument dapat dikatakan *reliable*, apabila nilai *cronbach alpha* > 0,06. Perhitungan tersebut akan dilakukan dengan bantuan program *SPSS versi 20*.

2) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas bertujuan untuk membuktikan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara uji *Kolmogorov Smirnov*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Dasar pengambilan keputusan dapat dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymp. Sig*), yaitu:

(1) Apabila probabilitas > 0,05, maka populasi berdistribusi normal.

(2) Apabila probabilitas < 0,05, maka populasi tidak berdistribusi normal.

Selain itu, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram. Dasar pengambilan keputusan antara lain:

(1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka nilai residual berdistribusi normal.

(2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b) Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisi varian adalah varian dari populasi sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel *digital payment* berkorelasi secara linear terhadap data variabel perilaku konsumtif. Uji linearitas hubungan ini dilakukan dengan menggunakan metode analisa regresi linear.

Kedua variabel dapat dikatakan berkorelasi secara linear jika nilai $p > 0.05$ atau nilai F_{hitung} lebih besar dibanding F_{tabel}. tujuan membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui, apakah H0 ditolak atau diterima.

3) Uji Hipotesis

a) Regresi Linear Sederhana

Teknik pengujian hipotesis yang digunakan peneliti adalah Analisis Regresi linear sederhana Menurut Sugiyono analisis regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.[35]

Persamaan umum regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\boxed{Y = a + bX}$$

Keterangan:

Y : variabel dependen

[35] *Ibid.*, 270

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a : konstanta

b : angka atau arah koefisien regresi

X : variabel independen *(digital payment)*

b) Uji F

Uji F dikenal dengan uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}.

Jika F_{hitung} > dari F_{tabel}, (Ho ditolak Ha diterima) maka model signifikan. Dan sebaliknya jika jika F_{hitung} < dari F_{tabel}, (Ho diterima Ha ditolak) maka model tidak signifikan.

c) Uji t (t-test)

Pengujian-t (t-test) digunakan untuk menentukan perbedaan signifikansi secara statistik antara nilai rata-rata suatu distribusi sampel dengan parameter populasinya yang bertipe parametrik. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan, terlebih dahulu diuji keberartian korelasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus[36]:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-(r)^2}$$

Keterangan :

r = Korelasi

t = Nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = $n - 2$

n = Jumlah sampel

Hasil pengujian uji t kemudian dibandingkan dengan t_{tabel} yang diperoleh dengan menggunakan perilaku signifikan (α) dan derajat kebebasan $n - 2$. Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

(1) Jika t hitung > t_{tabel}, maka Ho ditolak

(2) Jika t hitung < t tabel, maka Ha diterima

d) Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (r^2)

Koefisien korelasi (R) menunjukkan derajat hubungan (korelasi) antara variabel independen dan dependen. Koefisien Determinasi atau r^2 menunjukkan seberapa besar kecocokan semua variabel bebas yang

[36] *Ibid.*, 230

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digunakan untuk menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikatnya. Semakin besar nilai koefisien r^2 berarti perilaku kecocokan variabel bebas terhadap variabel terikatnya akan semakin besar, artinya model yang digunakan dalam suatu penelitian dapat dikatakan baik.

Untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y maka digunakan koefisien determinasi (KD) yang merupakan koefisien korelasi yang biasanya dinyatakan dengan persentase (%).

$$\boldsymbol{KD = rs^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi atau seberapa jauh perubahan variabel terikat (Pertimbangan Perilaku Materialitas)

rs^2 = Korelasi pearson

L. Sistematika Pembahasan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisi lima subbab yaitu, latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II Kajian Pustaka

Memuat uraian tentang landasan teori, peneltian terdahulu dan kerangka konseptual yang relevan dan terkait dengan tema skripsi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III Metode Penelitian

Memuat secara rinci metode penelitian yang digunakan peneliti, jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel dan subjek penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional, teknik pengelolaan data dan analisis data yang digunakan, serta sistematika pembahasan.

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini berisi tentang penyajian data yang meliputi deskripsi umum objek penelitian, karakteristik responden dan juga berisi deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V Pembahasan

Memuat tentang analisis data penelitian dimana pada bab ini peneliti menganalisis teori yang ada terkait penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan data yang ada di lapangan.

BAB VI Penutup

Berisi kesimpulan dari penelitian, saran-saran, dan bagian akhir yang didalamnya berisi tentang daftar pustaka dan beberapa lampiran yang terkait dengan penulisan penelitian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi penelitian

a. Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya merupakan perguruan tinggi negeri yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani no.117 Kota Surabaya Jawa Timur. Awal berdirinya perguruan tinggi ini pada tahun 1965 dengan diterbikannya surat keputusan SK Nomor 20/1965 tentang pendirian IAIN Sunan Ampel, dam memiliki nama awal Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel (IAIN Sunan Ampel).

Pada akhir dekade 1950, beberapa tokoh masyarakat Muslim Jawa Timur mengajukan gagasan untuk mendirikan perguruan tinggi agama Islam yang bernaung di bawah Departemen Agama. Untuk mewujudkan gagasan tersebut, mereka menyelenggarakan pertemuan di Jombang pada tahun 1961. Dalam pertemuan itu, Profesor Soenarjo, Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, hadir sebagai narasumber untuk menyampaikan pokok-pokok pikiran yang diperlukan sebagai landasan berdirinya Perguruan Tinggi Aagama Islam dimaksud. Dalam sesi akhir pertemuan bersejarah tersebut, forum mengesahkan beberapa keputusan penting yaitu: (1) Membentuk Panitia Pendirian IAIN, (2) Mendirikan Fakultas Syariah di Surabaya, dan (3) Mendirikan Fakultas Tarbiyah di Malang. Selanjutnya, pada tanggal 9 Oktober 1961, dibentuk Yayasan Badan Wakaf

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kesejahteraan Fakultas Syariah dan Fakultas Tarbiyah yang menyusun rencana kerja sebagai berikut :

1) Mengadakan persiapan pendirian IAIN Sunan Ampel yang terdiri dari Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang.
2) Menyediakan tanah untuk pembangunan Kampus IAIN seluas 8 (delapan) Hektar yang terletak di Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.
3) Menyediakan rumah dinas bagi para Guru Besar.

Pada tanggal 28 Oktober 1961, Menteri Agama menerbitkan SK No. 17/1961, untuk mengesahkan pendirian Fakultas Syariah di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah di Malang. Kemudian pada tanggal 01 Oktober 1964, Fakultas Ushuluddin di Kediri diresmikan berdasarkan SK Menteri Agama No. 66/1964.

Berawal dari 3 (tiga) fakultas tersebut, Menteri Agama memandang perlu untuk menerbitkan SK Nomor 20/1965 tentang Pendirian IAIN Sunan Ampel yang berkedudukan di Surabaya, seperti dijelaskan di atas. Sejarah mencatat bahwa tanpa membutuhkan waktu yang panjang, IAIN Sunan Ampel ternyata mampu berkembang dengan pesat. Dalam rentang waktu antara 1966-1970, IAIN Sunan Ampel telah memiliki 18 (delapan belas) fakultas yang tersebar di 3 (tiga) propinsi: Jawa Timur, Kalimantan Timur dan Nusa Tenggara Barat.

Namun, ketika akreditasi fakultas di lingkungan IAIN diterapkan, 5 (lima) dari 18 (delapan belas) fakultas tersebut ditutup untuk digabungkan ke fakultas lain yang terakreditasi dan berdekatan lokasinya. Selanjutnya dengan adanya peraturan pemerintah nomor 33 tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Samarinda dilepas dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diserahkan pengelolaannya ke IAIN Antasari Banjarmasin. Disamping itu, fakultas Tarbiyah Bojonegoro dipindahkan ke Surabaya dan statusnya berubah menjadi fakultas Tarbiyah IAIN Surabaya. Dalam pertumbuhan selanjutnya, IAIN Sunan Ampel memiliki 12 (dua belas) fakultas yang tersebar di seluruh Jawa Timur dan 1 (satu) fakultas di Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat.

Sejak pertengahan 1997, melalui Keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, seluruh fakultas yang berada di bawah naungan IAIN Sunan Ampel yang berada di luar Surabaya lepas dari IAIN Sunan Ampel menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) yang otonom. IAIN Sunan Ampel sejak saat itu pula terkonsentrasi hanya pada 5 (lima) fakultas yang semuanya berlokasi di kampus Jl. A. Yani No.117 Surabaya.

Pada 28 Desember 2009, IAIN Sunan Ampel Surabaya melalui Keputusan Menkeu No. 511/KMK.05/2009 resmi berstatus sebagai Badan Layanan Umum (BLU). Dalam dokumen yang ditandasahkan pada tanggal 28 Desember 2009 itu IAINSA Surabaya diberi kewenangan untuk menjalankan fleksibilitas pengelolaan keuangan sesuai dengan PP Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum (PK-BLU).[37]

Setelah melewati beberapa dekade, para petinggi IAIN Sunan Ampel pada waktu itu sepakat untuk mengonversikan IAIN menjadi UIN Sunan ampel berdasarkan isu sentral yang dihadapi oleh pendidikan tinggi islam, dimana terdapat tuntutan dan tantangan mengenai bagaimana menghadapi perkembangan zaman

[37] *UIN Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation*, http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html, diakses pada 19 Feb 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terutama dalam hal ekonomi dan budaya. Hingga akhirnya pada tanggal 1 Oktober 2013, IAIN Sunan Ampel resmi berubah menjadi UIN Sunan Ampel Surabaya berdasarkan peraturan Presiden No. 65 Tahun 2013 akhirnya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) secara yuridis telah beralih status menjadi Universitas Islam Negeri (UIN).

Perubahan dari IAIN menjadi UIN juga diikuti oleh sistem dan manajemen kampus yang semakain terintegrasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Selain itu, kampus yang juga sering dipanggil dengan singkatan UINSA ini telah menambah fakultas dan prodi-prodi baru. Hingga pada tahun 2020 ini UINSA telah memiliki 9 fakultas sarjana/s1 dengan 45 program studi, 8 program studi untuk magister/s2 dan 4 program studi untuk doktor/s3. Sedangkan bagi para calon mahasiswa yang ingin mendaftar di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dapat melalui beberapa jalur masuk, diantaranya Jalur SNMPTN, SBMPTN, UM-PTKIN, SPAN-PTKIN dan SPMB Mandiri.

b. Visi dan Misi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya[38]

1) Visi

Menjadi Universitas Islam yang unggul dan kompetitif bertaraf internasional.

2) Misi

a) Menyelengarakan pendidikan ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang unggul dan berdaya saing

[38] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman multidisipliner serta sains dan teknologi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat

c) Mengembangkan pola pemberdayaan masyarakat yang religius berbasis riset

Perguruan tinggi ini menawarkan konsep jasa pendidikan berbasis sains dan teknologi sekaligus pendidikan berbasis ilmu keislaman bagi para mahasiswa yang menuntut ilmu didalamnya, sesuai dengan visi misi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Selain itu, UIN Sunan Ampel Surabaya. juga berharap para mahasiswa maupun alumninya memiliki karakter yang tidak hanya cerdas namun juga berakhlakul karimah dan berbudi pekerti luhur sesuai dengan taglinenya yaitu "Building Character Qualities: for the Smart, Pious, Honorable Nation".[39]

2. Karekteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu seluruh Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Selain itu, dalam karakteristik responden ini juga dijelaskan mengenai identitas diri dari responden yang meliputi nama lengkap, nomor induk mahasiswa (NIM), jenis kelamin, fakultas/program studi dan semester, dan Email responden. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

[39] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

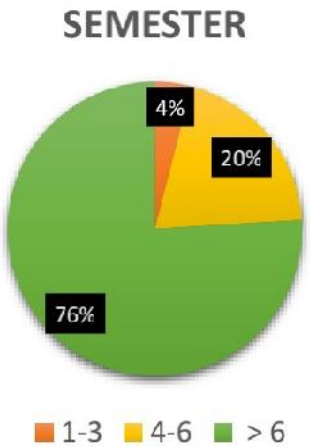
Gambar 4.1

Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data yang diperoleh pada gambar 4.1 diatas, dari total keseluruhan 100 responden terdapat 84 responden yang berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebesar 84% dan 16 responden yang berjenis kelamin laki-laki dengan presentase sebesar 16%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang bejenis kelamin perempuan.

Gambar 4.2

Jenjang Semester Responden

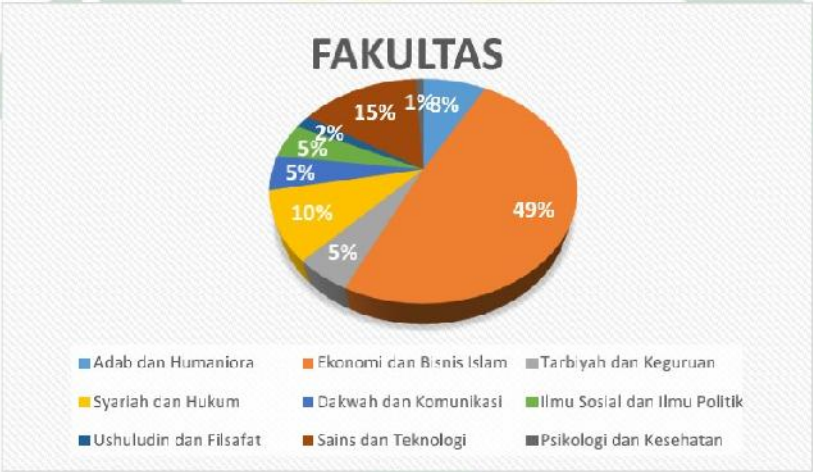


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan data yang diperoleh pada gambar 4.2 diatas, dari total keseluruhan 100 responden terdapat 4 responden yang mengampu jenjang semester antara semester 1 sampai semester 3 dengan presentase sebesar 4% , kemudian 20 responden mengampu jenjang semester antara semester 4 sampai semester 6 dengan presentase 20%, dan sisanya 76 responden mengampu jenjang semester lebih dari semester 6. Jadi, disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang mengampu jenjang semester lebih dari semester 6.

Gambar 4.3

Asal Fakultas Responden



Berdasarkan data asal fakultas responden yang diperoleh pada gambar 4.3 diatas, dari total keseluruhan 100 responden terdapat 1 responden pada fakultas psikologi dan kesehatan, 2 responden dari fakultas ushuludin dn filsafat, 5 responden dari fakultas dakwah dan komunikasi, 5 responden dari fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, 5 responden dari fakultas tarbiyah dan keguruan, 8 responden dari fakultas adab dan humaniors, 10 responden dari fakultas syariah dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hukum, 15 responden dari fakultas sains dan teknologi, dan yang terakhir 49 responden dari fakultas ekonomi dan bisnis islam.

B. Hasil Data Instrumen

Tabel 4.1

Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Untuk Variabel X

HASIL DATA INSTRUMEN											
VARIABEL X : PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT											
PERNYATAAN	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	TOTAL SKOR
Penggunaan digital payment sangat mudah	41	41	41	41	18	18	0	0	0	0	423
Saya paham cara bertransaksi menggunakan scan barkode	40	40	41	41	14	14	5	5	0	0	416
Dengan digital payment saya tidak perlu mengantri	38	38	38	38	23	23	1	1	0	0	413
Mengirim uang dengan digital payment hanya melalui nomer telepon	35	35	36	36	21	21	6	6	2	2	396
saya dapat melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun	38	38	42	42	18	18	2	2	0	0	416
Membayar kebutuhan listrik,air dan sebagainya lebih praktis	38	38	37	37	20	20	4	4	1	1	407
Aplikai digital payment mendukung pembayaran pada aplikasi lain	38	38	40	40	21	21	1	1	0	0	415
Saya bisa mengisi saldo (TopUp) dimanapun dan kapanpun	31	31	47	47	15	15	7	7	0	0	402
Saldo saya tidak akan berkurang tanpa persetujuan saya	45	45	26	26	22	22	5	5	2	2	407
Transaksi pembelian saya selalu sukses dilakukan	38	38	47	47	8	8	6	6	1	1	415
Pengiriman uang baik antar digital payment maupun ke bank selalu terkirim	19	19	44	44	23	23	13	13	1	1	367
Data pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak digital payment	22	22	46	46	23	23	9	9	0	0	381
Orang terdekat saya menyeranken saya untuk menggunakan digital payment	19	19	43	43	27	27	10	10	1	1	369
Saya menggunakan digital payment karena ulasan dari teman	15	15	44	44	28	28	10	10	3	3	358
Saya menggunakan digital payment karena sedang trend di kampus	12	12	39	39	33	33	12	12	4	4	343
Jika ada diskon yang ditawarkan saya akan menggunakan digital payment	32	32	40	40	16	16	10	10	2	2	390
Saya sering menggunakan digital payment untuk membeli makanan	25	25	39	39	29	29	3	3	4	4	378
Saya top up demi menggunakan voucher dalam digital payment	25	25	36	36	28	28	9	9	2	2	373
Sering menggunakan digital payment untuk membayar biaya transportasi	23	23	34	34	32	32	10	10	1	1	368

Berdasarkan tabel 4.1 hasil data distribusi frekuensi dan persentase jawaban responden untuk variabel X yaitu penggunaan *digital payment*, diperoleh data yang terdiri dari 19 butir pernyataan dan 100 responden yang menjawab.

Berikut ini adalah rincian hasil data dari setiap butir instrument variabel X (penggunaan *digital payment*), diantaranya:

1. Butir pernyataan ke-1 memiliki 41(41%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 41(41%) menjawab 'setuju', 18(18%) responden menjawab 'netral', dan tidak ada responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 423, yang berarti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebanyakan responden sangat setuju bahwa penggunaan *digital payment* sangat mudah.

2. Butir pernyataan ke-2 memiliki 40(40%) responden yang menjawab sangat 'setuju', 41(41%) menjawab 'setuju', 14(14%) responden menjawab 'netral', 5(5%) responden menjawab 'tidak setuju' dan tidak ada responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. total skor sebesar 416, yang berarti kebanyakan responden menjawab setuju yang berarti responden paham cara bertransaksi dengan menggunakan *scan QR code.*
3. Butir ke-3 memiliki 38(38%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 38(38%) menjawab 'setuju', 23(23%) responden menjawab 'netral', 1(1%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 0(0%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 413, yang berarti kebanyakan responden sangat setuju bahwa dengan *digital payment* responden tidak perlu mengantri terlalu lama.
4. Butir ke-4 memiliki 35(35%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 36(36%) menjawab 'setuju', 21(21%) responden menjawab 'netral', 6(6%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 2(2%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 396, artinya responden setuju bahwa mengirim uang dengan *digital payment* hanya melalui nomer telepon.
5. Butir ke-5 memiliki 38(38%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 42(42%) menjawab 'setuju', 18(18%) responden menjawab 'netral', 2(2%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 0(0%) responden yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 416, artinya responden sangat setuju bahwa melakukan transaksi pembayaran dimanapun dan kapanpun.

6. Butir ke-6 memiliki 38(38%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 37(37%) menjawab 'setuju', 20(20%) responden menjawab 'netral', 4(4%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 407, artinya responden sangat setuju bahwa membayar kebutuhan listrik, air dan sebagainya dengan *digital payment* karena lebih praktis.
7. Butir ke-7 memiliki 38(38%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 40(40%) menjawab 'setuju', 21(21%) responden menjawab 'netral', 1(1%) responden menjawab 'tidak setuju' dan tidak ada responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 415, artinya responden sangat setuju bahwa pembayaran dengan *digital payment* untuk aplikasi lain misalnya pembelian tiket nonton pada aplikasi tix.id.
8. Butir ke-8 memiliki 31(31%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 47(47%) menjawab 'setuju', 15(15%) responden menjawab 'netral', 7(7%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 0(0%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 402, artinya responden sangat setuju bahwa mengisi saldo (*top up*) *digital payment* bisa dimanapun dan kapanpun.
9. Butir ke-9 memiliki 45(45%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 26(26%) menjawab 'setuju', 22(22%) responden menjawab 'netral', (5%)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden menjawab 'tidak setuju' dan 2(2%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 407, yang berarti kebanyakan responden sangat setuju jika saldo dalam *digital payment* tidak akan berkurang tanpa persetujuan pengguna akun *digital payment* tersebut.

10. Butir ke-10 memiliki 38(38%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 47(47%) menjawab 'setuju', 8(8%) responden menjawab 'netral', 6(6%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 415, berarti kebanyakan responden sangat setuju bahwa dengan *digital payment* transaksi pembelian selalu sukses dilakukan.
11. Butir ke-11 memiliki 19(19%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 44(44%) menjawab 'setuju', 23(23%) responden menjawab 'netral', 13(13%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 367, berarti kebanyakan responden setuju bahwa pengiriman uang baik antar *digital payment* yang sama (OVO ke OVO) maupun ke bank selalu terkirim.
12. Butir ke-12 memiliki 22(22%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 46 menjawab 'setuju', 23(23%) responden menjawab 'netral', 9(9%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 0(0%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 381, berarti kebanyakan responden setuju bahwa data pribadi yang diberikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak *digital payment.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

13. Butir ke-13 memiliki 19(19%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 43(43%) menjawab 'setuju', 27(27%) responden menjawab 'netral', 10(10%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 369, berarti kebanyaan responden setuju menggunakan *digital payment* karena saran dari orang terdekat.
14. Butir ke-14 memiliki 15(15%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 44(44%) menjawab 'setuju', 28(28%) responden menjawab 'netral', 10(10%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 3(3%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 358, yang berarti kebanyakan responden setuju menggunakan *digital payment* karena ulasan dari teman.
15. Butir ke-15 memiliki 12(12%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 39(39%) menjawab 'setuju', 33(33%) responden menjawab 'netral', 12(12%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 4(4%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 343, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden menggunakan *digital payment* karena sedang *trend* di kampus.
16. Butir ke-16 memiliki 32(32%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 40(40%) menjawab 'setuju', 16(16%) responden menjawab 'netral', 10(10%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 2(2%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 390, berarti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebanyakan responden setuju bahwa responden sering menggunakan diskon yang ditawarkan oleh *digital payment.*

17. Butir ke-17 memiliki 25(25%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 39(39%) menjawab 'setuju', 29(29%) responden menjawab 'netral', 3(13%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 4(%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 378, berarti kebanyakan responden setuju artinya responden sering menggunakan *digital payment* untuk membeli makanan atau minuman.
18. Butir ke-18 memiliki 25(25%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 36(36%) menjawab 'setuju', 28(28%) responden menjawab 'netral', 9(9%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 2(2%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju' Total skor sebesar 373, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden sering mengisi saldo (top up) *digital payment* hanya untuk menggunakan voucher atau diskon yang ditawarkan *digital payment.*
19. Butir ke-19 memiliki 23(23%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 34(34%) menjawab 'setuju', 32(32%) responden menjawab 'netral', 10(10%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju' Total skor sebesar 368, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden sering menggunakan *digital payment* untuk membayar biaya transportasi (ojek online).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.2

Hasil Data Instrumen Variabel X

VARIABEL X			
INDIKATOR	MODUS	MEDIAN	MEAN
Perceived Ease of Use.	4	4	4.12
Perceived Usefulnes	4	4	4.08
Perceived Credibility	4	4	3.9
Sosial Influence	4	4	3.6
Behavior Intention	4	4	3.8

Berdasarkan tabel 4.5 hasil data instrument variabel X menunjukkan 5 indikator dimana nilai modus dan median adalah 4 yang berarti 'setuju'. selanjutnya kelima indikator mendapatkan nilai rata-rata yaitu: indikator *perceived ease of use* 4,12; perceived usefulness 4,08; perceived credibility 3,9; sosial influence 3,6; dan behavior intention 3,8. Yang apabila dibulatkan semua nilai rata-rata bernilai 4 yang berarti kebanyakan responden menjawab 'setuju'. hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap 4 indikator variabel X.

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi dan Persentase Jawaban Responden Untuk Variabel Y

HASIL DATA INSTRUMEN											
VARIABEL Y : PERILAKU KONSUMTIF											
PERNYATAAN	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%	TOTAL SKOR
Saya membeli produk karena tampilannya menarik	22	22	39	39	28	28	8	8	3	3	369
Saya membeli makanan dan minuman yang unik	9	9	37	37	33	33	16	16	5	5	329
Saya membeli produk karena sedang trend	7	7	24	24	44	44	18	18	7	7	306
Saya membeli produk untuk menunjang penampilan	22	22	38	38	32	32	7	7	1	1	314
Saya membeli produk demi terlihat menarik	9	9	26	26	37	37	18	18	10	10	270
Saya membeli produk karena saya ingin tampil fashionable	10	10	21	21	22	22	34	34	13	13	245
Saya seringkali membeli produk yang terkesan mewah	8	8	31	31	33	33	23	23	5	5	373
Saya membeli produk agar terlihat berbeda	4	4	19	19	35	35	27	27	15	15	260
Saya membeli produk bermerk untuk menambah kepercayaan diri	5	5	14	14	22	22	39	39	20	20	306
Saya sering membeli produk baru sebelum procuk lama terpakai atau habis	7	7	15	15	32	32	23	23	23	23	281

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel 4.3 hasil data distribusi frekuensi dan persentase jawaban responden untuk variabel Y yaitu penggunaan *digital payment*, diperoleh data yang terdiri dari 10 butir pernyataan dan 100 responden.

Berikut ini adalah rincian hasil data dari setiap butir instrument variabel Y (perilaku konsumtif), penentuan hasil tiap butir instrument merujuk pada tabel 3.4 *rating scale*, diantaranya:

1. Butir pernyataan ke-1 memiliki 22(22%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 39(39%) menjawab 'setuju', 28(28%) responden menjawab 'netral', 8(8%) responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 3(3%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 369, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden membeli produk karena tampilannya menarik.
2. Butir pernyataan ke-2 memiliki 9(9%) responden yang menjawab sangat 'setuju', 37(37%) menjawab 'setuju', 33(33%) responden menjawab 'netral', 16(16%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 5(5%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 329, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden sering membeli makanan dan minuman yang terlihat unik dan berbeda dengan yang lain.
3. Butir ke-3 memiliki 7(7%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 24(24%) menjawab 'setuju', 44(44%) responden menjawab 'netral', 18(18%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 7(7%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 306, yang berarti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebanyakan responden setuju bahwa membeli produk hanya karena melihat merknya saja.

4. Butir ke-4 memiliki 22(22%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 38(38%) menjawab 'setuju', 32(32%) responden menjawab 'netral', 7(7%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 1(1%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 314, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden membeli produk untuk menunjang penampilan.
5. Butir ke-5 memiliki 9(9%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 26(26%) menjawab 'setuju', 37(37%) responden menjawab 'netral', 18(18%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 10(10%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju', Total skor sebesar 270, yang berarti kebanyakan responden netral/ragu-ragu apabila membeli produk demi terlihat menarik.
6. Butir ke-6 memiliki 10(10%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 21(21%) menjawab 'setuju', 22(22%) responden menjawab 'netral', 34(34%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 13(13%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 245, yang berarti kebanyakan responden tidak setuju bahwa responden membeli produk hanya karena ingin tampil *fashionable*.
7. Butir ke-7 memiliki 8(8%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 31(31%) menjawab 'setuju', 33(33%) responden menjawab 'netral', 23(23%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 5(5%) responden yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 373, yang berarti kebanyakan responden mejawab netral/ragu-ragu apabila sering membeli produk yang terkesan mewah.

8. Butir ke-8 memiliki 4(4%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 19(19%) menjawab 'setuju', 35(35%) responden menjawab 'netral', 27(27%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 15(15%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 260, berarti kebanyakan responden menjawab netral/ragu-ragu apabila sering membeli produk agar terlihat berbeda dengan orang lain.
9. Butir ke-9 memiliki 5(5%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 14(14%) menjawab 'setuju', 22(22%) responden menjawab 'netral', 39(39%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 20(20%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju' Total skor sebesar 306, yang berarti kebanyakan responden setuju bahwa responden membeli produk untuk menambah kepercayaan diri.
10. Butir ke-10 memiliki 7(7%) responden yang menjawab 'sangat setuju', 15(15%) menjawab 'setuju', 32(32%) responden menjawab 'netral', 23(23%) responden menjawab 'tidak setuju' dan 23(23%) responden yang menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor sebesar 281, yang berarti kebanyakan responden menjawab netral/ragu-ragu apabila sering membeli produk baru sebelum produk yang lama terpakai atau habis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.4
Hasil Data Instrumen Variabel Y

VARIABEL Y			
INDIKATOR	MODUS	MEDIAN	MEAN
Pemenuhan keinginan.	3	3	3.35
Barang diluar jangkauan	3	3	2.92
Barang tidak produktif	2	2	2.45
Status	3	3	3.05

Berdasarkan tabel 4.4 hasil data instrument variabel Y menunjukkan 4 indikator dimana 3 indiktor memiliki nilai modus dan median adalah 3 yang berarti 'ragu-ragu'. Sedangkan indikator barang tidak produktif nilai median dan modus 2 yang berarti 'tidak setuju'. selanjutnya keempat indikator mendapatkan nilai rata-rata yaitu: indikator pemenuhan keinginan 3,35; barang diluar jangkauan 2,92; barang tidak produktif 2,45; dan status 3,05. Yang apabila dibulatkan ketiga indikator memiliki nilai rata-rata bernilai 3 dan satu indikator barang tidak produktif dibulatkan menjadi 2. Hal ini berarti kebanyakan responden ragu-ragu/netral terhadap 3 indikator yang menyebabkan perilaku konsumtif dan tidak setuju pada satu indikator yaitu barang tidak produktif.

C. Hasil Wawancara

Beberapa pertanyaan yang digunakan untuk memperkuat atau memperdalam hasil penelitian kuantitatif tentang pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Variabel X (penggunaan *digital payment*)
   a. Apa alasan anda memilih menggunakan *digital payment* (OVO, Go-Pay, dan DANA)?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kemudahan dan manfaat apa saja yang anda dapatkan setelah menggunakan *digital payment* (OVO, Go-Pay, dan DANA)?

c. Apakah anda tidak merasa khawatir apabila saldo anda berkurang tanpa sepengetahuan, transaksi pembayaran dan pengiriman uang gagal?

d. Dari mana anda mengetahui *digital payment* (OVO, Go-Pay, dan DANA)?

e. Seberapa sering anda menggunakan digital payment (OVO, Go-Pay, dan DANA) dalam sebulan dan digunakan untuk keperluan apa saja?

Dari hasil pengumpulan data wawancara diatas dapat dikelompokkan dan disimpulkan pada tiap indikator variabel X pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5

Hasil Wawancara Variabel X

Variabel X		
No.	Indikator	Hasil Wawancara
1	*Perceived Ease of Use*	Pemakaian *digital payment* sangat mudah baik dari petunjuk penggunaan yang mudah dipahami maupun penggaplikasian dalam kehidupan sehari-hari
2	*Perceived Usefulnes*	*Digital payment* sangat efektif dalam membantu pembayaran kebutuhan sehari-hari (listrik,air,pulsa, transportasi dan lain sebagainya)
3	*Perceived Credibility*	Selama awal pemakaian hingga saat ini merasa aman menggunakan *digital payment*. Saldo tidak pernah berkurang sedikitpun tanpa sepengetahuan pemilik akun
4	*Sosial Influence*	Penggunaan *digital payment* dikarenakan ulasan dari teman ketika teman memberikan ulasan bagus pada *digital payment* responden tertarik juga untuk menggunakannya
5	*Behavior Intention*	Penggunaan rata-rata lebih dari 5 kali dalam sebulan, paling sering digunakan untuk belanja online dan jasa transportasi online

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Y (perilaku konsumtif)

   a. Apakah anda sering membeli barang hanya sesuai keinginan anda tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang harus anda penuhi?

   b. Apakah anda sering membeli barang bermerk yang mahal dan mewah? Apa alasanya?

   c. Apakah anda sering membeli barang yang sebenarnya tidak begitu anda butuhkan? Misalnya barang apa itu?

   d. Setelah membeli barang yang anda inginkan apakah itu membuat anda semakin percaya diri dan anda merasa ada nilai lebih daripada orang lain?

Dari hasil pengumpulan data wawancara diatas dapat dikelompokkan dan disimpulkan pada tiap indikator variabel Y pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6

Hasil Wawancara Variabel Y

Variabel Y		
No.	Indikator	Hasil Wawancara
1	Pemenuhan keinginan.	Tidak sering membeli barang untuk memenuhi keinginan semata
2	Barang diluar jangkauan	Tidak sering membeli barang-barang mahal atau mewah yang terpenting nyaman untuk digunakan
3	Barang tidak produktif	Seringkali membeli barang yang tidak produktif seperti sering membeli baju baru tetapi ternyata tidak digunakan
4	Status	Membeli barang tidak untuk menambah kepercayaan diri dan tidak untuk pamer.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas data diuji dengan cara menemukan nilai r hitung yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh pada tiap item dengan skor total masing-masing atribut. kemudian membandingkan r hitung dengan r tabel. Apabila nilai r hitung ≥ r tabel, maka butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dikatakan valid. Berikut adalah hasil uji validitas instrumen penelitian ini yaitu:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X

No	Item	Taraf Kesalahan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1	X.1	0,05 %	0,1946	0,773	Valid
2	X.2	0,05 %	0,1946	0,723	Valid
3	X.3	0,05 %	0,1946	0,755	Valid
4	X.4	0,05 %	0,1946	0,524	Valid
5	X.5	0,05 %	0,1946	0,801	Valid
6	X.6	0,05 %	0,1946	0,764	Valid
7	X.7	0,05 %	0,1946	0,722	Valid
8	X.8	0,05 %	0,1946	0,757	Valid
9	X.9	0,05 %	0,1946	0,711	Valid
10	X.10	0,05 %	0,1946	0,661	Valid
11	X.11	0,05 %	0,1946	0,554	Valid
12	X.12	0,05 %	0,1946	0,566	Valid
13	X.13	0,05 %	0,1946	0,436	Valid
14	X.14	0,05 %	0,1946	0,499	Valid
15	X.15	0,05 %	0,1946	0,202	Valid
16	X.16	0,05 %	0,1946	0,405	Valid
17	X.17	0,05 %	0,1946	0,425	Valid
18	X.18	0,05 %	0,1946	0,544	Valid
19	X.19	0,05 %	0,1946	0,500	Valid

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa, penelitian ini memiliki 19 item pernyataan variabel penggunaan *digital payment*, dengan taraf kesalahan sebesar 0,05%, r tabel sebesar 0,01946 diambil dari tabel r koefisien korelasi sederhana untuk df = 51-100.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu seluruh butir pertanyaan pada variabel penggunaan *digital payment* (X) memiliki r hitung > r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang ada pada variabel penggunaan *digital payment* dapat dikatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y

No	Item	Taraf Kesalahan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1	Y.1	0,05%	0,1946	0,515	Valid
2	Y.2	0,05%	0,1946	0,341	Valid
3	Y.3	0,05%	0,1946	0,314	Valid
4	Y.7	0,05%	0,1946	0,491	Valid
5	Y.9	0,05%	0,1946	0,249	Valid
6	Y.10	0,05%	0,1946	0,296	Valid
7	Y.4	0,05%	0,1946	0,295	Valid
8	Y.5	0,05%	0,1946	0,236	Valid
9	Y.6	0,05%	0,1946	0,298	Valid
10	Y.8	0,05%	0,1946	0,198	Valid

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa, penelitian ini memiliki 10 item pernyataan variabel perilaku konsumtif, dengan taraf kesalahan sebesar 0,05%, r tabel sebesar 0,01946 diambil dari distribusi nilai r tabel (koefisien korelasi sederhana) dengan n = 100.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan yaitu seluruh butir pertanyaan pada variabel perilaku konsumtif (Y) memiliki r hitung > r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan yang ada pada variabel perilaku konsumtif dapat dikatakan valid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas data yang diuji dapat diukur dengan cara menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,06, maka butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen penelitian ini yaitu:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	29

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,922. Apabila *cronbach Alpha* memiliki nilai lebih besar dari nilai r *Alpha* yaitu 0,06. Sesuai syarat uji reabilitas yaitu Instrument dapat dikatakan *reliable*, karena nilai *cronbach alpha* sebesar 0,922 > 0,06. sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang ada pada seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandarcized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	5.52890994
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.037
	Negative	-.040
Kolmogorov-Smirnov Z		.400
Asymp. Sig. (2-tailed)		.997

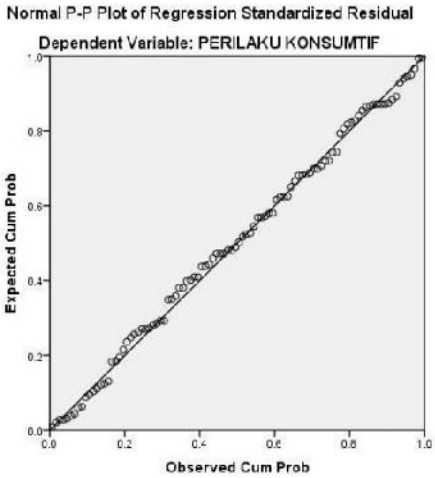
a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.10, dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada hasil uji Kolmogorov smirnov Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,425. Apabila nilai Asymp sig. (2-tailed) > 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas Kolmogorov smirnov data tersebut berdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) 0,425 > 0,05.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.4

Uji Normalitas Probability Pot



Berdasarkan gambar 4.4 uji normalitas Probability Pot, dapat diketahui hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa titik-titik residual mengikuti garis diagonal. Jika titik-titik atau data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka nilai residual berdistribusi normal. Oleh sebab itu penelitian ini memiliki nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Homogenitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Homogenitas Varians

Test of Homogeneity of Variances

PERILAKU KONSUMTIF

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.614	21	65	.073

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh hasil pengujian homogenitas varians yaitu signifikasi (Sig.) variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya adalah sebesar 0,073. Karena nilai signifikasi 0,073 > 0,05, maka sebagaimana kriteria pengujian homogenitas jika nilai signifikan lebih

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varians dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

c. Uji Linearitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF * DIGITAL PAYMENT	Between Groups	(Combined)	2835.393	34	83.394	3.026	.000
		Linearity	1600.594	1	1600.594	58.073	.000
		Deviation from Linearity	1234.799	33	37.418	1.358	.146
	Within Groups		1791.517	65	27.562		
	Total		4626.910	99			

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji linearitas diketahui bahwa nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar 0,146. Karena Signifikan 0,146 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel *digital payment* (X) dengan variabel perilaku konsumtif (Y).

4. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.837	3.887		.730	.467
	DIGITAL PAYMENT	.372	.052	.588	7.199	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh hasil uji regresi linear sederhana yaitu signifikasi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05. sehingga dapat disimpulkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa H0 ditolak dan Ha Diterima, berarti "Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya."

Diperoleh rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2{,}837 + 0{,}372\ X$$

untuk persamaan regresi dari analisis regresi berganda diatas adalah

1) Konstanta (α) = 2,837 ialah besarnya pengaruh dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
2) Nilai Koefisien *Digital Payment* (β1) = 0,372 dapat diketahui, jika penggunaan digital bertambah satu, maka nilai perilaku konsumtif adalah 0,372 dengan asumsi seluruh variabel konstan.

b. Uji t

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.837	3.887		.730	.467
	DIGITAL PAYMENT	.372	.052	.588	7.199	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha : Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu:

Ha diterima, apabila nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel.

Ha ditolak, apabila nilai signifikansi > 0,05 atau t hitung < t tabel.

Berdasarkan tabel 4.14 *Coefficients* diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *penggunaan digital payment* sebesar 0,000 < 0,05 dan t hitung pada tabel hasil Uji t *Coefficients* sebesar 7,199 > 1,98397 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yang berarti variabel penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

c. Uji F

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1600.594	1	1600.594	51.831	.000[b]
	Residual	3026.316	98	30.881		
	Total	4626.910	99			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), DIGITAL PAYMENT

Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

Ha : Penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan yaitu:

1) Ha diterima, apabila nilai signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel.
2) Ha ditolak, apabila nilai signifikansi > 0,05 atau F hitung < F tabel.

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji F diketahui bahwa:

F_{tabel} = (df 1 ; df 2) = (k ; n - k - 1) = (1 ; 100 – 1 – 1) = (1 ; 98) = 3,94

Selain itu, dapat dilihat nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan F_{hitung} sebesar 51,831 > 3,94 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yang berarti variabel penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

d. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588[a]	.346	.339	5.557

a. Predictors: (Constant), DIGITAL PAYMENT
b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,346. Nilai R Square didapat dari nilai R kemudian dipangkat 2 menjadi 0,588 x 0,588 = 0,346. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0,346 yang berarti 34,6%. Ini berarti bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,6 %. Sedangkan sisanya 65,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V
PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif deskriptif, penelitian ini hanya berfokus pada satu variabel independen yaitu penggunaan *digital payment* yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebanyak 100 responden mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya yang pernah menggunakan *digital payment* OVO, GO-PAY dan DANA.

Analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program *SPSS 20 for Windows*. Dari penelitian ini diperoleh rumus persamaan regresi sebagai berikut:

$$\boxed{Y = 2{,}837 + 0{,}372\ X}$$

M. Pengaruh Digital Paymnet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Pada penelitian ini, hasil analisis kuantitatif pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai signifikasi (Sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05. sehingga dapat disimpulkan bahwa "penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya."

Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0,346 yang berarti 34,6%. Dapat diartikan bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perilaku konsumtif sebesar 34,6 %. Sedangkan sisanya 65,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Fenomena perkembangan sistem pembayaran yang semakin berkembang pesat saat ini memiliki peranan penting dalam kehidupan sehari-hari, misalnya membayar kebutuhan hidup dan membeli barang yang diinginkan. Dengan sistem pembayaran digital masyarakat tidak perlu lagi keluar rumah atau bahkan mengantri lama, cukup bermodalkan *smartphone* dan jaringan internet yang memadai seseorang dapat membeli barang atau jasa yang diinginkan.

Uang elektronik atau yang biasa disebur *digital payment* menawarkan fitur bermacam-macam fitur kemudahan dalam bertransaksi, mulai dari pembayaran kebutuhan sehari-hari (listrik, air, pulsa dan lain sebagainya) kemudian pengiriman uang, pembayaran jasa transportasi dan lain-lain. Pada penelitian ini *digital payment* yang diteliti adalah yang berbasis server yang biasa disebut juga dengan dompet digital atau *e-wallet*. Pemilihan aplikasi *digital payment* berdasarkan hasil data survey yaitu, 17 mahasiswa sering menggunakan aplikasi OVO, 6 Mahasiswa menggunakan DANA dan 4 mahasiswa menggunakan GO-PAY

Dikutip dari laman suarasurabaya.net menyatakan lembaga riset berbasis aplikasi yaitu snapchat, melakukan penelitian perilaku konsumen dalam bertransaksi dengan aplikasi pembayaran digital menunjukan mayoritas untuk transaksi retail. "Transaksi retail mencapai 28 persen yang paling sering digunakan dengan menggunakan uang elektronik," kata Eko Wicaksono Country Sales & Operations Snapcart Indonesia, di Jakarta, Selasa (16/7/2019) Eko mengungkapkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

transaksi retail termasuk tiga jenis transaksi yang paling sering digunakan dengan menggunakan uang elektronik dalam dompet digital. Selain itu untuk pemesanan transportasi online (27%), dan pemesanan makanan online (20%). Sisanya, untuk transaksi e-commerce (15%) dan pembayaran tagihan (7%).[40]

Eko juga melihat saat ini popularitas pembayaran digital dengan uang elektronik semakin meningkat. Masyarakat pun memiliki keleluasaan untuk memilih merek sesuai kebutuhan mereka dalam melakukan transaksi digital ini. Untuk mengetahui tren penggunaan uang elektronik dalam aplikasi pembayaran digital. Hasil riset juga mengungkapkan, bahwa 58 persen responden menggunakan brand OVO sebagai aplikasi pembayaran digital favorit mereka. Dompet digital berbasis aplikasi lain seperti Go-Pay (23%), DANA (6%), dan LinkAja (1%) pun disebut sebagai alat pembayaran oleh responden. Kemudian sebanyak 12 persen responden menyebutkan brand lain seperti Flazz, Brizzi and Mandiri e-money yang merupakan uang elektronik dari institusi keuangan. "Data menunjukkan bahwa uang elektronik untuk transaksi harian seperti transportasi, pengiriman makanan cepat saji, dan belanja telah semakin populer di kalangan konsumen Indonesia. Konsumen menikmati pengalaman bertransaksi yang lebih praktis, cepat, aman, dan yang pasti tidak ribet menunggu uang kembalian," ujar Eko Wicaksono dilansir Antara.[41]

---

[40] *m.suarasurabaya.net*, https://m.suarasurabaya.net/app/fokus/0/2019/223439-Survey-Pengguna-Dompet-Digital-Mayoritas-Transaksi-Retail, di akses pada 14 Nov 2019.

[41] *Ibid.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati pada jurnal penelitian terdahulu berjudul Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior* indikator seseorang tertarik menggunakan *digital payment,* yaitu:

a. *Perceived* Ease of Use

Dari hasil kuantitatif pada tabel 4.2 menunjukkan nilai modus, median 4 dan rata rata 4,12. Yang berarti responden setuju *digital payment* memberikan kemudahan baik petunjuk penggunaan yang mudah maupun kemudahan dalam bertransaksi.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara kepada beberapa narasumber, menurut narasumber penggunaan *digital payment* sangat mudah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, selain itu pembayaran transaksi pembelian tidak ribet, tidak mengantri terlalu lama dan tidak perlu menunggu uang kembalian.[42]

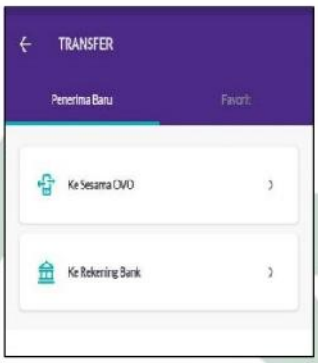
Aplikasi *digital payment* (OVO, GO-PAY dan DANA) memiliki berbagai kemudahan dalam fitur layanannya, misalnya pembayaran melalui scan barcode, melalui nomor telepon dan lain sebagainya. Untuk kemudahan fitur pengiriman uang dapat dikirim antar sesama *digital payment* (OVO ke OVO), ke akun bank atau bahkan bisa bekerja sama dengan *e-commerce* yang menyediakan pembayaran

[42] Fais, Izza, Nita, Wawancara 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melalui *digital payment* tertentu. Berikut ini gambaran berbagai fitur layanan pengiriman uang yang disediakan oleh OVO, GO-PAY dan DANA:

Gambar 5.1
Fitur Pembayaran *digital payment* OVO



Gambar 5.2
Fitur Pembayaran *digital payment* Go-Pay

Gambar 5.3
Fitur Pembayaran *digital payment* DANA

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan gambar 5.1, 5.2 5.3 diatas dapat dijelaskan fitur layanan pembayaran dan pengiriman uang *digital payment* yang dimiliki OVO,Go-Pay dan DANA sebenarnya sama yaitu menyediakan pembayaran dengan *scan barcode*, pengiriman uang ke sesama aplikasi melalui nomor telepon dan pengiriman ke akun bank, yang sedikit berbeda adalah aplikasi DANA juga menyediakan pengiriman uang melalui chat Whatsapp nantinya chat tersebut berisi *link* tertentu kepada penerima yang juga memiliki akun DANA.

Penelitian ini sejalan dengan penelelitian yang dilakukan oleh Lwoga & Lwoga yang membuktikan bahwa *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *Mobile Payment*.[43]

b. Perceived Usefulness

Dari hasil data kuantitatif indikator *Perceived Usefulness* pada tabel 4.2 mendapatkan nilai modus dan median 4 dan rata-rata 4,08. Yang berarti responden setuju apabila penggunaan *digital payment* ini sangat berguna untuk membantu kegiatan sehari-hari khusunya dalam hal pembelian.

Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara yaitu setelah menggunakan *digital payment* narasumber merasa sangat terbantu dengan adanya sistem pembayaran yang dapat digunakan untuk transaksi pembayaran kebutuhan sehari-hari. Menurut narasumber *digital payment* sangat membantu untuk pembayaran

---

[43] Edda Tandi Lwoga and Noel Biseko Lwoga, "User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security, System Characteristics and Gender", *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, No.1, Vol. 81, (2017), 18.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebutuhan listrik, air, pulsa, asuransi kesehatan dan lain sebagainya. bahkan sangat berguna untuk transaksi jual-beli online.[44]

Berikut ini adalah gambaran dari aplikasi *digital payment* (OVO, GO-PAY dan DANA) dengan berbagai fitur layanan yang diberikan:

Gambar 5.4
Fitur Layanan *digital payment* OVO

Gambar 5.5
Fitur Layanan *digital payment* Go-Pay

[44] Fais, Izza, Nita, Wawancara 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 5.6
Fitur Layanan *digital payment* DANA

Berdasarkan gambar 5.4, 5.5, dan 5.6 diatas dijelaskan bahwa fitur layanan yang ditawarkan *digital payment* yang dimiliki OVO, Go-Pay dan DANA sebenarnya sama yaitu menyediakan layanan pembayaran kebutuhan listrik, air pdam, pulsa, asuransi kesehatan, paket data internet dan masih banyak lagi. Perbedaannya hanya pada aplikasi Go-Pay dimana fitur layanan yang disediakan kebanyakan adalah layanan jasa seperti: layanan pesan-antar makanan (GoFood), layanan transportasi online (GoRide, GoCar dan GoBluebird), layanan pengiriman barang (GoSend) dan lain sebagainya.

Hal ini sejalan dengan penelelitian yang dilakukan oleh Key Pousttchi, Dietmar G. Wiedemann menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan *mobile payment*.[45]

---

[45] Key Pousttchi and Dietmar G. Wiedemann, "What influences consumers' intention to use mobile payments", *LA Global Mobility Round table* (2007), 12-13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. *Perceived credibility*

Dari hasil data kuantitatif indikator *Perceived credibility* pada tabel 4.2 menunjukkan nilai modus, median 4 dan rata rata 3,9. Yang berarti responden setuju *digital payment* hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara kepada beberapa narasumber, menurut narasumber penggunaan *digital payment* sangat mudah dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, selain itu pembayaran transaksi pembelian tidak ribet, tidak mengantri terlalu lama dan tidak perlu menunggu uang kembalian.

Hal ini sejalan dengan penelelitian yang dilakukan oleh Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, and Devika Nadarajah menyatakan bahwa *perceived credibility* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.[46]

d. *Social Influence*

Dari hasil data kuantitatif indikator *Social Influence* pada tabel 4.2 menunjukkan nilai modus, median 4 dan rata rata 3,6. Yang berarti kebanyakan responden mengetahui *digital payment* dari teman dan kerabat terdekat. hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara yaitu kerabat atau teman narasumber sering menceritakan keuntungan yang didapatkan dari salah satu *digital payment* yang digunakan sehinga akhirnya narasumber tertarik dan ikut mencoba *digital payment* tersebut.[47]

---

[46] Mun, Khalid, and Nadarajah, "Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia"., 403

[47] Fais, Izza, Nita, Wawancara 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hal ini sejalan dengan penelelitian yang dilakukan oleh Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, and Devika Nadarajah menyatakan bahwa *Social Influence* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile payment* di Malaysia.[48]

e. Behavioral Intention

Dari hasil data kuantitatif indikator Intensitas penggunaan (*Behavioral Intention)* pada tabel 4.2 menunjukkan nilai modus, median 4 dan rata rata 3,6. Yang berarti bahwa responden sering menggunakan *digital payment*. Hal ini diperkat dengan hasil wawancara yaitu responden mengatakan bahwa intensitas penggunaan *digital payment* dalam sebulan bisa lebih dari lima kali hal tersebut karena kebanyakan responden menggunakannya untuk transaksi pembelian online.

Hal ini sejalan dengan penelelitian yang dilakukan oleh Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati menyatakan bahwa penggunaan layanan *mobile payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *spending behavior* kaum millennial di Surabaya.[49]

Akibat dari faktor kemudahan, kegunaan, kredibilitas, pengaruh sosial dan intensitas penggunaan yang akan mendorong mahasiswa untuk semakin sering menggunakan layanan *digital payment*. Hal ini akan mempermudah mahasiswa

---

[48] Mun, Khalid, and Nadarajah, "Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia".

[49] Gosal and Linawati, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior", 461.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam bertransaksi dan akibatnya mendorong mahasiswa untuk lebih banyak membelanjakan uangnya.

Selanjutnya karena memiliki banyak manfaat yaitu kemudahan dan kecepatan dalam melakukan pembayaran transaksi-transaksi tanpa perlu ribet hal ini akan semakin mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Menurut Erich Fromm ciri-ciri perilaku konsumtif, yaitu untuk:

a. Pemenuhan keinginan (*wants*).

Dari hasil data kuantitatif indikator pemenuhan keinginan *(wants)* pada tabel 4.4 menunjukkan nilai modus, median 3 dan rata rata 3,35. Yang berarti kebanyakan responden netral/ragu-ragu apabila membeli barang hanya untuk memenuhi keinginan saja tanpa mempertimbangkan apa yang sebenarnya mereka butuhkan.

Hal ini juga diperkuat dengan hasil wawancara yaitu narasumber ragu-ragu apaka sering membeli barang yang memang diinginkan saja terkadang membeli barang sesuai keinginan tetapi narasumber juga mengatakan bahwa masih menabung untuk memenuhi kebutuhannya meskipun terkadang ada satu atau dua kali mereka tidak memenuhi kebutuhan hanya untuk memenuhi keinginannya saja.[50]

[50] Fais, Izza, Nita, Wawancara 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Barang diluar jangkauan

Dari hasil data kuantitatif indikator pemenuhan keinginan *(wants)* pada tabel 4.7 menunjukkan nilai modus, median 3 dan rata-rata 2,92. Yang berarti responden merasa netral dan ragu-ragu apabila responden sering membeli barang mahal dan mewah. Diperkuat dengan hasil wawancara, narasumber menyatakan bahwa tidak sering membeli barang mahal, mewah dan bermerk tetapi yang terpenting adalah barang tersebut menurutnya suka dan nyaman untuk digunakan.[51]

c. Barang tidak produktif

Dari hasil data kuantitatif indikator barang tidak produktif pada tabel 4.7 menunjukkan nilai modus, median 2 dan rata-rata 2,45. Yang berarti responden merasa netral dan ragu-ragu apabila responden sering membeli barang yang tidak produktif atau sedikit manfaatnya. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan hasil wawancara seluruh narasumber menyatakan bahwa mereka sering membeli barang yang nantinya tidak terpakai atau tidak sampai habis. Misalnya saja membeli baju, narasumber mengaku bahwa seringkali membeli baju baru tetapi tidak terpakai.

d. Status

Dari hasil data kuantitatif indikator status pada tabel 4.4 menunjukkan nilai modus, median 3 dan rata-rata 3,05. Yang berarti responden merasa netral dan ragu-ragu apabila responden membeli barang hanya untuk pemenuhan keinginan untuk mencapai sesuatu (status). Hal ini sejalan dengan hasil wawancara bahwa

[51] Fais, Izza, Nita, Wawancara 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

narasumber sering membeli barang hanya karena suka dan nyaman mengenakan barang tersebut karena kepuasan pribadi, meskipun sebenarnya barang yang dibeli tidak sepenuhnya adalah kebutuhan mereka.

Karena besaran nilai koefisien determinasi variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,6%. Sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dari hasil wawancara secara mendalam kepada para narasumber, narasumber mengatakan bahwa sering tertarik menggunakan dan membelanjakan uangnya dengan *digital payment* karena diskon yang ditawarkan, promosi iklan di tv dan internet, harga yang bersaing antar *digital payment* dan kualitas layanan yag diberikan *digital payment* sangat baik. Semakin sering *digital payment* menawarkan diskon dan *cashback* kemudian kualitas layanan yang diberikan semakin baik maka semakin sering intensitas pengunaan *digital payment* karena daya tarik tersebut membuat konsumen merasa bisa membeli barang-barang yang diinginkan dengan harga terjangkau.

Dari hasil pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil analisis yang telah dilakukan sebagian besar mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menjawab bahwa dengan *digital payment* mempermudah membelanjakan uangnya karena merasa lebih efesien, mudah, menguntungkan, aman, dan uang yang dikeluarkan berupa elektronik (*cashless*) sehingga merasa tidak mengeluarkan uang saat bertransaksi. Oleh sebab itu, adanya penggunaan *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laila Ramadhani dengan judul "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa" diketahui bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.[52] Dan penelitian oleh Rianti Hikmah Ramadhani dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, *Electronic Money*, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)". Diketahui bahwa secara serempak literasi keuangan, electronic money, gaya hidup, dan control diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Starata-1 manajemen Universitas Sumatera Utara.[53]

---

[52] Ramadani, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa".

[53] Rianti Hikmah Ramadhani, *Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)* (2019).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB VI
PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0,346 yang berarti 34,6%. Dapat diartikan bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,6 %. Sedangkan sisanya 65,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti yang dibuktikan dengan hasil wawancara yaitu, antara lain: diskon, promosi iklan, harga dan kualitas layanan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis, yang telah dijabarkan pada pembahasan dan kesimpulan seperti diatas, berikut merupakan saran yang dapat dikemukakan peneliti :

1. Bagi Pemangku Kepentingan Pemilik *Finance Technology (e-wallet)*

Sebaiknya para pemangku kepentingan dapat terus membuat inovasi-inovasi terbaru yang tidak hanya mempermudah konsumen dalam bertransaksi tetapi juga memberikan fitur yang dapat digunakan untuk merencanakan atau mengelola keuangan dengan baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya, alangkah baiknya jika memperluas variabel yang akan diamati sehingga tidak hanya satu variabel saja. Misalnya, dengan menambah variabel diskon, promosi iklan dan lain sebagainya, namun objek yang digunakan tetap perilaku konsumtif atau bisa juga pengeluaran konsumsi dengan harapan hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Karya, 2008.

Gosal, Michael Agustio and Nanik Linawati, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap Spending Behavior", (Tesis-Petra Christian University) 2018.

Hasanah, Uwatun, "Hubungan Antara Interaksi Teman Sebaya dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri", (Tesis-Universitas Muhammadiyah Surakarta) 2007.

lalu Rahadian, "Industri Pembayaran Digital : Bank dan Fintech Berebut Pasar? | Finansial", *Bisnis.com*, https://finansial.bisnis.com/read/20190225/90/893062/industri-pembayaran-digital-bank-dan-fintech-berebut-pasar, diakses pada 7 Oktober 2019.

Lwoga, Edda Tandi and Noel Biseko Lwoga, "User Acceptance of Mobile Payment: The Effects of User-Centric Security, System Characteristics and Gender", *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, vol. 81, no. 1, 2017,[http://dx.doi.org/10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x].

Martin, Garry and Joseph Pear, *Modifikasi Perilaku*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015.

Media, Kompas Cyber, "Menkominfo: Ovo Jadi 'Startup Unicorn' Kelima dari Indonesia", *KOMPAS.com*, https://tekno.kompas.com/read/2019/10/07/06500027/menkominfo-ovo-jadi-startup-unicorn-kelima-dari-indonesia, diakses pada 15 Nov 2019.

m.suarasurabaya.net, https://m.suarasurabaya.net/app/fokus/0/2019/223439-Survey-Pengguna-Dompet-Digital-Mayoritas-Transaksi-Retail, diakses pada14 Nov 2019.

Mun, Yeow Pooi, Haliyana Khalid, and Devika Nadarajah, "Millennials' Perception on Mobile Payment Services in Malaysia", *Procedia Computer Science*, vol. 124, 2017, pp. 397–404 [http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.170].

Pousttchi, Key and Dietmar G. Wiedemann, "What influences consumers' intention to use mobile payments", *LA Global Mobility Round table*, 2007.

Ramadani, Laila, "Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa", *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, vol. 8, no. 1, 2016.

Ramadhani, Rianti Hikmah, *Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara)*, 2019.

Sekilas - Bank Sentral Republik Indonesia, https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx, accessed 14 May 2019.

Stanley Lemeshow et al., *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997.

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2005.

----, *Metode Peneitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kulaitatif, dan R&D*, Bandung: ALFABETA, 2010.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

----, *Statistika Untuk Penelitian*, 25th edition, Bandung: Alfabeta, 2014.

----, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2017.

Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Universitas Negeri Surakarta, 2006.

Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.

Transaksi - Bank Sentral Republik Indonesia, https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/apmk/contents/transaksi.aspx, diakses pada 14 Nov 2019.

----, https://www.bi.go.id/id/statistik/sistem-pembayaran/uang-elektronik/contents/transaksi.aspx, diakses pada 14 Nov 2019.

Uang Elektronik - Bank Sentral Republik Indonesia, https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx, diakses pada 11 Oct 2019.

----, https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/instrumen-nontunai/unik/Contents/Default.aspx, diakses pada 29 Oct 2019.

UIN Sunan Ampel Surabaya | Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation, http://www.uinsby.ac.id/id/184/sejarah.html, diakses pada 19 Feb 2020.

Sumber Informan Penelitian :

Fais Nuraini, *Wawancara*, 27 Februari 2020

Izza Syafira, *Wawancara*, 27 Februari 2020

Nita Amelia, *Wawancara*, 27 Februari 2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id