



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 4 Tahun 2025 Page 590-603

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru

Nurse Fatimah Mz^{1✉}, Natulaini Harahap², Irwandi³

Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Email: nursefatimah.nf@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. Dan untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan ketika menggunakan uang elektronik pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023 yang berjumlah 115 orang. Dari jumlah tersebut, 54 mahasiswa dipilih sebagai sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat penggunaan uang elektronik (e-money) dan perilaku konsumtif responden dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik (e-money) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 14,4%. Perilaku konsumtif yang ditemukan meliputi kurang mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas. Sedangkan 85,6% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang diluar penelitian.

Kata Kunci: *Uang Elektronik, E-Money, Mahasiswa, Perilaku Konsumtif*

Abstract

This study aims to analyze the influence of the use of electronic money (e-money) on consumptive behavior among students of the Faculty of Economics and Islamic Business, Institute of Islamic Religion (IAI) Diniyyah Pekanbaru. And to find out the consumptive behavior of students caused when using electronic money on students. This study uses a quantitative approach with a survey method. The research population is 115 students from the 2020, 2021, 2022 and 2023 batches. Of these, 54 students were selected as samples using the purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires designed to measure the level of electronic money use (e-money) and consumptive behavior of respondents and analyzed using simple linear regression. The results of the study show that the use of electronic money (e-money) has a significant influence on students' consumptive behavior, with a contribution of 14.4%. The consumptive behaviors found included not considering function, consuming goods excessively, prioritizing desires over needs and no priority scale. Meanwhile, 85.6% of consumptive behavior was influenced by other variables outside the study.

Keywords: Electronic Money, E-Money, Students, Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Era Revolusi industri ditandai dengan kemajuan teknologi, yang berdampak pada berubahnya perilaku hidup manusia menjadi sangat bergantung pada penggunaan internet baik melalui *computer* atau *smartphone*. Kemudahan akses dan waktu yang singkat merupakan indikator yang digunakan dalam mempertimbangkan suatu produk (Kussujaniatun, 2020). Perkembangan teknologi yang sangat pesat mengubah pola berbagai sektor kehidupan. Industri jasa keuangan termasuk sektor yang ikut terbawa arus disrupsi teknologi. Seperti munculnya perusahaan-perusahaan keuangan berbasis teknologi atau *financial technologi* (fintech)(Kussujaniatun, 2020).

Perkembangan *financial technologi* (fintech) dalam sistem pembayaran merupakan bentuk dari kemajuan sektor keuangan. Sistem pembayaran tidak dapat dipisahkan dari perkembangan uang, uang mempunyai peran penting dalam memenuhi kebutuhan manusia, mulai dari pembayaran tunai sampai pembayaran elektronik yang bersifat non tunai. Uang merupakan alat pertukaran utama yang digunakan secara *universal* yang diakui sebagai media pertukaran dan diterima sebagai mata uang umum. Uang berperan sebagai *standart of value* atau *unit of account* yaitu uang berfungsi sebagai penentu nilai berbagai macam barang dan jasa yang diperjualbelikan dan menghitung besar kecilnya pinjaman (*medium of exchange*), secara *universal* uang diakui sebagai media pertukaran (*store of value*) yaitu uang berfungsi sebagai pengalih daya beli saat pendapatan diterima sampai

saatnya dibelanjakan (Solikin & Suseno, 2002)

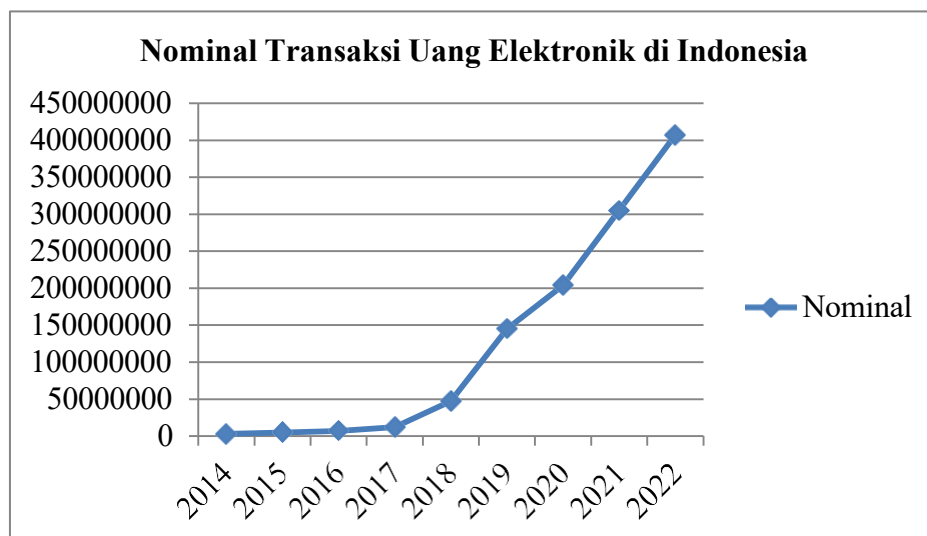
Uang digunakan sebagai sistem pembayaran tunai, yang kemudian berkembang dari yang berbasis *commodity money* sampai *fiat money*, sedangkan sistem pembayaran non tunai berkembang dari yang berbasis warkat (cek, bilyet giro, dan sebagainya) sampai kepada yang berbasis elektronik (kartu dan *elektronik money*) (Firmansyah & Dachofalny, 2018). *E-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. Transaksi *e-money* melibatkan penggunaan jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan harga digital. *e-money* memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau Prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah nilai uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang. Nilai uang dalam *e-money* akan berkurang pada saat konsumen menggunakannya untuk pembayaran (Firmansyah & Dachofalny, 2018).

Uang elektronik (*e-money*) menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 memiliki arti sebagai instrumen pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang elektronik dalam suatu media atau *server*, nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran (Bank Indonesia, 2018).

Kemajuan sektor kegiatan ekonomi yang awalnya secara konvensional berubah menjadi digitalisasi. dalam kegiatan jual beli barang dan jasa, penjual dan pembeli tidak harus bertemu disuatu tempat seperti pasar, namun hanya perlu menggunakan *smartphone* untuk belanja melalui sistem digital yang disebut *e-commerce* atau *online shopping*. Sistem pembayaran *e-commerce* disebut dengan *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money* (Kharisma & Jayanto, 2021).

Hadirnya *e-money* membuat penggunaan uang kertas dan logam tergeser, membuat peredaran uang kertas atau logam mengalami penurunan. Sedangkan penggunaan uang elektronik menjadi semakin meningkat. Transaksi uang elektronik yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Grafik 1. 1 Nominal transaksi uang elektronik



Sumber: Bank Indonesia (data diolah)

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan pada transaksi uang elektronik (*e-money*) di Indonesia setiap tahunnya, penggunaan uang elektronik mulai naik trennya pada tahun 2018 yakni berjumlah Rp. 47.19 triliun transaksi dibandingkan pada tahun 2017 sebesar Rp. 12.38 triliun transaksi. Lalu pada tahun 2019 naik menjadi Rp. 145.16 triliun transaksi dan terus meningkat hingga tahun 2022.

Semakin berkembangnya penggunaan *e-money* di Indonesia, membuat sistem pembayaran nontunai tidak hanya dalam bentuk kartu tetapi sudah berbentuk aplikasi yang tersimpan di gawai atau smartphone. Penyelenggara *e-money* bukan hanya bank tetapi lembaga non bank seperti perusahaan telekomunikasi, perusahaan keuangan maupun perusahaan transportasi. Salah satu produk *fintech* yang biasa digunakan untuk bertransaksi yaitu aplikasi *e-money*. Aplikasi *e-money* adalah aplikasi non tunai untuk pembayaran, yang mana konsumen menyetorkan uangnya terlebih dulu ke dalam aplikasi atau biasa disebut *top up*, yang kemudian dapat digunakan untuk pembayan secara elektronik.

Munculnya *e-money* sebagai sistem pembayaran membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah mendapatkan kebutuhan atau barang yang diinginkan dengan lebih efisien dan efektif. Dengan banyaknya aplikasi *e-money* menyebabkan perubahan perilaku yang berbeda-beda dalam melakukan transaksi digital. Aplikasi yang paling diminati oleh masyarakat selain aplikasi non bank dan dapat digunakan dengan smartphone seperti Ovo, Gopay, Dana, Link Aja, Doku, I-Saku, Shopeepay, dan Sakuku (Rofiqoh et al., 2020).

Dengan adanya *e-money* mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan aspek negatif. Aspek positif dari perilaku konsumtif yaitu timbul rasa puas, rasa ini timbul karena konsumen bebas memilih barang sesuai keinginan. Sedangkan aspek negatifnya adalah mengubah gaya hidup menjadi konsumerisme dengan menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan dan harga diri. Aspek negatif ini menyebabkan terjadinya pemborosan disebabkan oleh kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money*. Selain itu, promosi dan diskon yang ditawarkan penyelenggara *e-money* dapat menjadikan penggunaanya berperilaku konsumtif jika tidak dapat menahan diri dalam menggunakan uang elektronik.

Mahasiswa adalah kelompok masyarakat yang termasuk pengguna aktif *Smartphone* serta mengetahui dan juga menggunakan dompet digital yang merupakan aplikasi untuk menyimpan *e-money*. Dengan demikian, mahasiswa dapat mengakses market place dan *e-money* dimanapun. Penggunaan *e-money* mengubah perilaku keuangan menjadi perilaku konsumtif atau boros. Hal ini disebabkan pada saat bertransaksi online di *e-commerce* secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga membuat kecanduan untuk belanja ulang (Dewi et al., 2021).

Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru mengatakan bahwa alasan yang membuat mereka sering menggunakan *e-money* karena tidak harus membawa uang. Hanya dengan menggunakan *smartphone* sudah bisa bertransaksi dimanapun. Beberapa narasumber berpendapat bahwa *e-money* lebih mudah, cepat dan praktis karena tidak perlu menunggu uang kembalian dan membawa banyak uang tunai. Berdasarkan hasil observasi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru bahwa mahasiswa cenderung melakukan pembelian impulsif dan membeli barang-barang yang tidak direncanakan ketika menggunakan *e-money*. Mahasiswa juga sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat menggunakan *e-money* karena terpengaruh oleh berbagai penawaran atau promosi di aplikasi *e-money*.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Dwi rorin maulidin insana dan Ria susanti johan menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri mahasiswa (Dwi Rorin Mauludin Insana dan Rita Susanti, 2020). Nyatanya hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nikmatul afifah dan Deny yudiantoro yang menyatakan bahwa uang elektronik tidak berdampak signifikan terhadap

perilaku konsumtif mahasiswa (Afifah & Yudiantoro, 2022).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian "Pengaruh Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Kosumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru".

KAJIAN PUSTAKA

Uang elektronik (*e-money*)

Menurut Firmansyah dan M Ikhsan Dachofalny *e-money* adalah uang yang digunakan dalam transaksi Internet dengan cara elektronik. Transaksi uang elektronik melibatkan pengguna jaringan komputer seperti internet dan sistem penyimpanan digital (Firmansyah & Dachofalny, 2018). Berdasarkan publikasi *Bank for International Settlements* uang elektronik didefinisikan sebagai *produk stored value* (nilai tersimpan) atau *prepaid* (prabayar), dimana catatan dana atau nilai yang tersedia disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen. Uang elektronik sebagaimana dijelaskan oleh peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni closed loop dan open loop. Dalam hal ini, sebagaimana yang dimaksud dari pernyataan di atas, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna. Adapun Media penyimpanan nilai uang elektronik yang berupa 1) Server based, yang menggunakan media penyimpanan berupa server yang diaman nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit seperti T-Cash, Rekening Ponsel, Gopay, Ovo, Dana, Shopeepay Dan Sebagainya. 2) Chip based, yang menggunakan media penyimpanan berupa chip yang di mana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. (Bank Indonesia, 2018).

Konsumen

Konsumen menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), adalah pemakai barang hasil produksi seperti bahan pakaian, makanan dan sebagainya, seperti penerima jasa iklan,

atau pemakai jasa seperti pelanggan dan sebagainya (KBBI, 2018). Menurut Philip Kotler sebagaimana dijelaskan oleh M. Anang Firmansyah konsumen merupakan semua individu rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi dan dilakukan secara berulang yang dimana dapat berupa individu maupun kolektif (Firmansyah, 2018). Berdasarkan beberapa pendapat diatas, defenisi konsumen adalah setiap individu yang membeli atau menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya secara berulang dengan cara menawar, mencari informasi, membandingkan, dan mengambil keputusan untuk membeli atau tidak barang atau jasa tersebut sesuai dengan sikap, loyalitas, motivasi dan gaya hidup yang dimilikinya

Model Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses atau aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan (Sudarmanto, 2021). Model perilaku konsumen menurut Kotler dan Amstrong, sebagaimana dijelaskan oleh Edwin Zusrony bahwa keinginan konsumen datang dari informasi mengenai produk, harga, lokasi, dan promosi. Para pembeli dipengaruhi oleh rangsangan tersebut, kemudian dengan mempertimbangkan faktor lain seperti ekonomi, budaya dan teknologi maka masalah segala informasi tersebut, setelah itu konsumen akan mengolah segala informasi tersebut berdasarkan psikologis dan karakteristik konsumen lalu diambil keputusan produk akan dibeli atau jasa yang akan digunakan (Edwin Zusrony,2020).

Perilaku Konsumtif

Perilaku merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu produk tanpa pertimbangan rasional atau bukan berdasarkan atas kebutuhan, seperti membeli barang karena hadiah yang ditawarkan, atau membeli barang karena banyak yang menggunakan barang tersebut (Dewi et al., 2021). Sedangkan menurut Gracela Nathasha Luas, dkk, menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mengacu pada perilaku individu yang tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang tidak diinginkan tanpa memahami fungsi utamanya (Natasha Luas et al., 2023). Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dijelaskan , perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidup tanpa mempertimbangkan barang yang dibeli berguna atau tidak, termasuk kebutuhan atau tidak, sehingga mengonsumsi berlebihan.

HIPOTESIS

Hipotesis dalam penelitian ini adalah jawaban sementara dari permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho: tidak terdapat pengaruh penggunaan Uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

Ha: terdapat pengaruh penggunaan Uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah salah satu metode pengumpulan data yang secara tidak langsung memberikan data pada pengumpul data. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana, karena dalam penelitian ini terdapat dua variabel, variabel independent (X) uang elektronik (e-money) yaitu dan variabel dependent (Y) yaitu perilaku konsumtif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islamsyariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 (mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8). Adapun mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru angkatan 2020, 2021, 2022, 2023 (mahasiswa semester 2, 4, 6 dan 8) berjumlah 115 mahasiswa. Pada penelitian ini ditetapkan bahwa jumlah sampel sebanyak 54 mahasiswa.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islamsyariah Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru sebagai responden dalam penelitian ini. Untuk mengukur persepsi menggunakan skala likert. Pernyataan dalam

kuesioner ini dibuat menggunakan skala likert 1-5 untuk mewakili nilai dari pendapat responden.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat tiga uji analisis data, yaitu:

1. Uji instrumen penelitian dengan melakukan uji validitas data, dan reliabilitas data untuk mengetahui apakah pernyataan dalam kuesioner yang dibagikan terdapat responden dapat digunakan dan dapat menghasilkan hasil yang akurat dan dapat dipercaya.
2. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, dan grafik.
3. Uji hipotesis terdiri dari uji T (parsial) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji instrumen penelitian

Untuk menentukan apakah kuesioner valid atau tidak valid adalah dengan membandingkan r hitung yang ditunjukkan oleh tabel nilai *Pearsonn Correlations* yang dihasilkan oleh SPSS 22 pada variabel X dan variabel Y dengan r tabel yang di dapat dari tabel r , yakni sebesar 0.2681 dengan $N = 54$ atau $df = (N-2) = 52$. Jika nilai yang dihasilkan positif dan r hitung $> r$ tabel maka item dapat dinyatakan valid atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya, sedangkan jika r hitung $< r$ tabel maka item dapat dinyatakan tidak valid atau dibuang dan tidak dilibatkan dalam penelitian selanjutnya. Sedangkan uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 30 pernyataan yang dinyatakan valid berdasarkan metode *Cornbach Alpha* dengan batas 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Item	r tabel	R hitung	Keterangan
Penggunaan Uang Elektronik (E-money) (X)	Mudah dipelajari	1	0.268	0.491	Valid
		2	0.268	0.473	Valid
		3	0.268	0.549	Valid
		4	0.268	0.545	Valid
	Fleksibel	5	0.268	0.587	Valid
		6	0.268	0.587	Valid
		7	0.268	0.428	Valid
		8	0.268	0.526	Valid
	Dapat mengontrol pekerjaan	9	0.268	0.526	Valid
		10	0.268	0.532	Valid
		11	0.268	0.649	Valid
		12	0.268	0.512	Valid
	Mudah dimengerti	13	0.268	0.567	Valid
		14	0.268	0.638	Valid
		15	0.268	0.662	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan	16	0.268	0.710	Valid
		17	0.268	0.758	Valid
		18	0.268	0.775	Valid
		19	0.268	0.838	Valid
	Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan	20	0.268	0.790	Valid
		21	0.268	0.781	Valid
		22	0.268	0.736	Valid
		23	0.268	0.809	Valid
	Mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan.	24	0.268	0.755	Valid
		25	0.268	0.805	Valid
		26	0.268	0.819	Valid
		27	0.268	0.879	Valid
	Tidak ada skala prioritas.	28	0.268	0.840	Valid
		29	0.268	0.848	Valid
	¥		30	0.268	0.696

Sumber: olah data SPSS, 2024.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Reliabilitas	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Penggunaan Uan g Elektronik (<i>E-Money</i>)	15 Pernyataan	0.835	0.60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	15 Pernyataan	0.956	0.60	Reliabel

Sumber: olah data SPSS, 2024.

2. Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif berkaitan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menjabarkan, menggambarkan dan menguraikan data agar mudah dipahami dengan cara menentukan ukuran dari data nilai rata-rata, median, ukuran variabilitas data, tingkat penyimpangan, jarak dan ukuran bentuk data. Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 22.

Tabel 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel X

Descriptive Statistics

	N	Range	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Uang_elektronik	54	26	49	75	3584	66.37	5.708	32.577
Valid N (listwise)	54							

Sumber: olah data SPSS, 2024.

3. Uji hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Hasil uji T (parsial) dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.327	18.536		.179	.858
Uang_Elektronik	.824	.278	.380	2.962	.005

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: olah data SPSS, 2024.

berdasarkan tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel X dinyatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan data dan langkah diatas dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2962 dengan t tabel sebesar 2,00664 ($2,962 > 2,00664$) dan signifikansi sebesar $< 0,05$ ($0,005 < 0,05$) maka dapat dikatakan H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik ((e-money) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

b. Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.380 ^a	.144	.128	11.563

a. Predictors: (Constant), UANG_ELEKTRONIK

b. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: olah data SPSS, 2024.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa R *Square* sebesar 0,144. Hal ini menjelaskan bahwa pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa adalah sebesar 14,4% ($KD = 0,144 \times 100\%$). Sedangkan sisanya sebesar 85,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru secara signifikan. terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai T hitung lebih besar dari T tabel ($2,962 > 2,007$). Untuk nilai signifikan penggunaan uang elektronik (*e-money*) lebih kecil dari perilaku konsumtif. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Diniyyah Pekanbaru.
2. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh uang elektronik (*e-money*) sebesar 14,4%, sedangkan sisanya 85,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.
3. Adapun perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik (*e-money*) adalah tidak mempertimbangkan fungsi, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan dibanding kebutuhan dan tidak ada skala prioritas.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). *YUME : Journal of Management Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif*. 5(2), 365–374.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. In *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* (Vol. 5, Issue 1, p. 7).
- Dwi Rorin Mauludin Insana dan Rita Susanti. (2020). *Analisis Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI* (Vol. 7, Issue 2, pp. 214–215).
- Edwin Zusrony. (n.d.). PERILAKU KONSUMEN. In *yayasan prima agus teknik* (p. 27).
- Firmansyah, A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Cv Budi Utama*, 5 No.(september), 5–299.
https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSU

MEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN

- Firmansyah, & Dachofalny, M. I. (2018). Uang Elektronik Perspektif Islam. In *Cv. Iqro* (p. 299).
<http://iqrometro.co.id/wp-content/uploads/2018/09/BUKU-UANG-ELEKTRONIK.pdf>
- Indonesia, B. (2018). *Peraturan Bank Indonesia tentang Uang Elektronik*.
- Kharisma, P., & Jayanto, P. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan E-Zakat dalam Membayar Zakat, Infaq, dan Sedekah. In *AKSES: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 16, Issue 1, pp. 47–56). <https://doi.org/10.31942/akses.v16i1.4471>
- Kussujaniatun, S. (2020). Digitalisasi Layanan Keuangan Pada Lembaga Jasa Keuangan Mikro. In *Zahir* (p. 15).
- Mahasiswa, P., Ekonomi, F., Pendidikan, S., Niaga, T., Ekonomi, F., Negeri, U., Pendidikan, S., Niaga, T., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2020). *ANALISIS PERILAKU KONSUMSI PENGGUNA APLIKASI E-MONEY UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA Rofiqoh Daliyah Finisica Dwijayati Patrikha* (Vol. 8, Issue 3).
- Natasha Luas, G., Irawan, S., Windrawanto, Y., & Studi Bimbingan dan Konseling -Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, P. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Effect Of Self-Concept On Student Consumptive Behaviour. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7.
- Solikin, & Suseno. (2002). UANG (Pengertian, Penciptaan, dan Peranannya dalam Perekonomian). In *Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan* (Vol. 1, Issue 1, pp. 1–65).