
PENGARUH PENGGUNAAN *DEBIT CARD* DAN *E-WALLET* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM BATANG HARI

Oleh

Wina Sari Asmara¹, Raden Hebat Kurnia², Alfi rochmi³

^{1,2,3}Universitas Islam Batang Hari

Email: ¹winasariasmara@gmail.com

Article History:

Received: 10-11-2024

Revised: 26-11-2024

Accepted: 18-12-2024

Keywords:

Debit Card, E-Wallet,
Consumption Behavior

Abstract: *The development of economy in the world, both in developed and developing countries, cannot be separated from the role of money. Money, which is a means of exchange/payment, continues to develop. Technological advances make it easier for Indonesian people to do transactions. cashless payments are made not using money as a means of payment but can be done using a Debit Card by means of inter-bank transfers or intra-bank transfers via the bank's internal network. Beside of that, cashless payments can also use fintech in the form of E-Wallet (Electronic Wallet). This research aims to analyze the influence of Debit cards and e-Wallets on the consumptive behavior of students at the Faculty of Islamic Business Economics, Institut Agama Islam Nusantara Batang Hari who actively use Debit Cards and E-Wallets. This research is quantitative research, with multiple linear regression analysis techniques. The sampling technique in this research is purposive sampling. The results of the research show that, partially, Debit Cards have a significant effect on student consumptive behavior is 22.3%. E-Wallet has a significant effect on student consumption behavior is 26.0%. Simultaneously, there is a significant influence between Debit Card and E-Wallet on student consumptive behavior is 64.9%, with the obtained value of $f_{count} > f_{table}$ ($71.201 > 3.115$). This shows reject H_0 and accept H_a . This means that there is a significant influence between Debit Card and E-Wallet together (simultaneously) on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Islamic Business Batang Hari Islamic University*

PENDAHULUAN

Tren digitalisasi mempengaruhi sendi-sendi perekonomian, mengubah pola transaksi masyarakat, baik individu maupun korporasi, dan mendisrupsi fungsi-fungsi konvensional, begitu pula disektor keuangan. Kemajuan teknologi memudahkan masyarakat Indonesia untuk bertransaksi, Pembayaran non tunai dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran tetapi dapat dilakukan dengan menggunakan *Debit Card* dengan cara transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan *fintech* berupa *E-Wallet*). (Lamria Raya Fitriyani 2021)

Debit Card merupakan sebuah kartu pembayaran yang diterbitkan oleh Bank dan dapat digunakan untuk melakukan pembayaran atas kewajiban pengguna dalam suatu transaksi atau dalam kegiatan ekonomi salah satunya transaksi pembelanjaan. Dimana *Debit Card* dapat berfungsi sebagai pengganti pembayaran dengan uang tunai. *Debit Card* mengacu pada saldo tabungan pengguna di bank penerbit tersebut. Perkembangan transaksi digital tidak berhenti sampai disitu. Pembayaran dalam transaksi digital disebut *E-Payment*, dengan uang digital yang disebut *E-Money*, dan dompet digital yang disebut *E-Wallet*. *E-Wallet* adalah bentuk digital dari dompet fisik yang memiliki fungsi yang sama dengan dompet pada umumnya yaitu menyimpan uang. (Edi Purwanto 2020) *E-Wallet* yang banyak di gunakan di Indonesia adalah; OVO, GOPAY, DANA, Shopeepay, Link Aja, Sakuku dan lain-lain. Menurut Puspita *Digital Payment* adalah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran non tunai yang lebih praktis, efisien serta aman dalam bertransaksi melalui media digital. (Puspita 2019)

Perkembangan teknologi juga membuat adanya perubahan gaya penyimpanan uang yang sebelumnya menggunakan pembayaran secara tunai menjadi dompet elektronik (*E-Wallet*) yang memudahkan masyarakat melakukan transaksi dengan *cashless* (non-tunai). Hal ini terjadi seiring dengan adanya kebutuhan masyarakat untuk menggunakan dompet elektronik di Indonesia dengan mengikuti semakin meningkatnya penyediaan sarana transaksi non tunai, baik pada penjualan dan pembayaran *offline* maupun *online*. (Lamria Raya Fitriyani 2021). Sistem pembayaran non tunai saat ini menjadi minat bagi masyarakat, terutama kalangan generasi muda. Masyarakat sudah mengurangi penggunaan uang tunai yang cukup banyak di dalam dompet, dikarenakan hal tersebut tidak aman dan juga kurang praktis jika terus menggunakan cara tersebut. Menurut (Fatmasari & Wulandari, 2016) dikatakan bahwa faktor dari Kemudahan (perceived ease of use), kepercayaan (trust), dan manfaat (perceived usefulness) menjadikan sistem pembayaran non tunai diminati oleh masyarakat Indonesia. Menurut Luthfan Darma Prasetya (2018) menyatakan bahwa perkembangan tersebut berdampak signifikan terhadap system pembayaran, yang merupakan peluang bagi bank untuk membentuk sistem pembayaran nontunai.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), pada tahun 2019 terdapat 38 *E-Wallet* yang telah mendapatkan lisensi resmi. Dimana transaksi *E-Wallet* di Indonesia mencapai USD 1,5 Miliar atau setara dengan Rp. 21 triliun dan diperkirakan akan terus mengalami peningkatan. Kemajuan teknologi digital di Indonesia menggiring perkembangan di berbagai aspek kehidupan, seperti adanya sekolah atau kursus *online*, ojek *online*, bioskop *online*, hingga dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Sebut saja dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa, Jika dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama 'pasar'. Kini pasar telah hadir dalam wujud digital, yang disebut *E-commerce* yang ada di genggaman tangan siapapun melalui Gawai digital. *Online shopping*. (Lamria Raya Fitriyani 2021)

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

barang maupun jasa yang tidak sesuai dengan kebutuhan.

Fenomena ini nantinya menjadi ancaman serius bila terjadi, tak hanya pada kalangan orang dewasa saja namun juga pada anak remaja terutama pada mahasiswa di UNISBA. Karena pola konsumsi individu dibentuk pada usia remaja. Usia 13-21 tahun disebut masa remaja, dan pada usia ini umumnya terjadi masa transisi, pencarian identitas dan proses pembentukan perilaku. Dimana pada masa usia tersebut digunakan untuk mencapai pola pribadi yang ideal sehingga menyebabkan mahasiswa gampang terpengaruh akan aspek positif maupun negatif dari lingkungan mereka. Pada kenyataannya, diketahui bahwa mahasiswa dapat meniru gaya konsumtif yang dianggap kekinian. Fenomena yang sering muncul saat ini yaitu kalangan mahasiswa memiliki life style yang bisa dikatakan ajang untuk memamerkan sesuatu utamanya yaitu konsumsi yang bukan makanan. Di awal masuk kuliah biasanya mahasiswa masih berpenampilan sederhana, namun kemudian banyak mengalami perubahan dimulai dari fashion dengan membeli barang-barang branded, pergi ke mall, menggunakan barang elektronik populer seperti gadget meskipun barang sebelumnya masih layak digunakan. Sehingga dari sini dapat dikatakan adanya pergeseran pola konsumsi mahasiswa dapat dilihat dari berapa banyak uang yang dikeluarkan guna untuk membeli kebutuhan primer maupun sekunder.

Riset ini merujuk hasil studi dari riset Muji Lestari (2023) dalam jurnal yang berjudul “*e-wallet dan e-money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu (2023)*” bahwasanya apabila penggunaan *e-wallet* dan *e-money* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara positif. Studi lain dari Ramadani (2016) menyebutkan *debit card* dan *e-money* mempengaruhi pengeluaran mahasiswa secara positif. Sementara menurut Santika (2020) disebutkan *debit card* dan *e-money* mempengaruhi pengeluaran mahasiswa secara positif. Namun studi sebelumnya mempunyai output yang tak sama dengan (Ainin Yaumil Achir 2021) yang menyebutkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sementara penelitian oleh (Mufirdah, 2020) menyebutkan apabila manfaat yang diberikan oleh *debit card* tidak memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif masyarakat.

Variabel bebas yang terdiri dari *debit card*, *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dipilih oleh peneliti karena variable tersebut memiliki *gap research*.

Berdasarkan dari uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan riset dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Debit card* Dan *E-wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNISBA”. Dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *debit card* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi UNISBA dan mengetahui apakah ada pengaruh *e-wallet* terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAI UNISBA dan mengetahui apakah ada pengaruh antara *debit card* dan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UNISBA.

METODE PENELITIAN

Riset ini termasuk penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam UNISBA dengan kriteria aktif menggunakan *Debit Card* dan *e-Wallet*. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *Purposive Sampling* sebanyak 100 responden. Pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan beberapa teknik penyebaran angket. Dan tehnik analisis data menggunakan analisis regresi linear

berganda. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha : *Debit Card, e-Wallet* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Ho : *Debit Card, e-Wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan Uji Kolmogorov-Smirnov. Dengan cara menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian yaitu:

Ho : data terdistribusi secara normal

Ha : data tidak terdistribusi secara normal.

Jika nilai hitung signifikansi (sig) lebih besar dari nilai α (*alpha*) 0,05, maka data berdistribusi normal. Dan sebaliknya nilai signifikansi (sig) lebih kecil dari nilai α (*alpha*) 0,05, maka data berdistribusi tidak normal. Untuk selanjutnya jika data berdistribusi tidak normal, maka akan diadakan transformasi data dengan cara logaritma natural sehingga data akan berdistribusi normal. Secara rinci Uji Normalitas dalam penelitian ini akan dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.65338345
Most Extreme Differences	Absolute		.056
	Positive		.035
	Negative		-.056
Test Statistic			.056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.782
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.771
		Upper Bound	.792

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai Asymp. Sig, (2-tailed) = 0,200 (uji *Kolmogorov-Smirnov*). Nilai 0,200 lebih besar dari nilai α (*alpha*) 0,05 atau $0,200 > 0,05$, maka data variabel *Debit Card* dan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF dari tiap variabel independen,

dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang diolah.
- Jika *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang akan diolah.

Hasil pengujian otomatis dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1 (Constant)	37.528	3.142		11.945	<.001			
DebitCard	.223	.034	.450	6.520	<.001	.956	1.046	
E_Wallet	.260	.031	.581	8.408	<.001	.956	1.046	

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtifMahasiswa

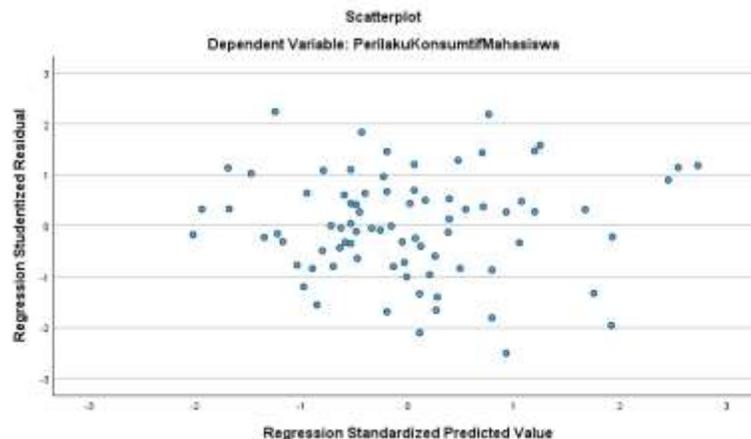
Berdasarkan tabel diatas perolehan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00 atau variabel *Debit Card* (X_1) dan *E-Wallet* (X_2) sama-sama memiliki nilai *tolerance* = 0,956 > 0,1 dan nilai VIF = 1,046 < 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas pada penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*, Cara menentukannya adalah dengan melihat titik-titik pada scatter plots regresi.

- Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- Jika ada pola yang jelas, seperti titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Hasil pengujian secara otomatis dengan menggunakan software SPSS Versi 25, sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Scatterplot

Dari hasil output Scatterplot diatas, variance dari residual satu variabel ke variabel yang lain tetap atau homoskedastisitas. Hal tersebut dapat dilihat dari titik-titik scatterplot yang menyebar secara acak di bagian atas dan bagian bawah angka 0 pada sumbu Y.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menjawab tujuan penelitian yaitu pengaruh *Debit Card* dan *E-Wallet* secara parsial dan simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nusantara Batang Hari dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil persamaan regresi secara otomatis dengan menggunakan software SPSS Versi 25, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	37.528	3.142		11.945	<.001
DebitCard	.223	.034	.450	6.520	<.001
E_Wallet	.260	.031	.581	8.408	<.001

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan hasil koefisien regresi berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$\hat{Y} = 37,528 + 0,223 X_1 + 0,260 X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Perilaku Konsumtif Mahasiswa

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel *Debit Card*

b_2 = Koefisien regresi variabel *E-Wallet*

X_1 = *Debit Card*

X_2 = *E-Wallet*

e = standard error

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan:

- a. Variabel *Debit Card* dan *E-Wallet* mempunyai arah koefisien yang bertanda positif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.
- b. Nilai konstanta menunjukkan pengaruh variabel X (*Debit Card* dan *E-Wallet*), bila variabel *Debit Card* dan *E-Wallet* naik satu-satuan maka akan berpengaruh sebesar satu-satuan pada variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Artinya variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa akan naik atau terpenuhi sebesar satu-satuan dari variabel *Debit Card* dan *E-Wallet*.
- c. Nilai koefisien regresi variabel *Debit Card* terhadap variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa adalah sebesar 0,223 artinya jika *Debit Card* mengalami kenaikan satu-satuan, maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar konstanta yaitu 37,528. Koefisien regresi bernilai positif artinya antara *Debit Card* dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa berpengaruh positif.
- d. Nilai koefisien regresi variabel *E-Wallet* terhadap variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa adalah sebesar 0,260 artinya jika *E-Wallet* mengalami kenaikan satu-satuan, maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa akan mengalami peningkatan sebesar konstanta yaitu 37,528. Koefisien regresi bernilai positif artinya antara *E-Wallet* dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa berpengaruh positif.

Hasil Uji t (Parsial) dan Hasil Uji F (Simultan)

Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis baik secara parsial (uji t) maupun simultan (uji f), dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 2. Rangkuman Uji t (Parsial) dan Uji f (Simultan)

No	Hipotesis	t _{hitung}	t _{tabel} (0,05)	f _{hitung}	f _{tabel} (0,05)	Keputusan
1	H ₀ : $\rho_{yx_1} = 0$ H _a : $\rho_{yx_1} \neq 0$	6,520	1,664	-	-	Terima H _a
2	H ₀ : $\rho_{yx_2} = 0$ H _a : $\rho_{yx_2} \neq 0$	4,804	1,664	-	-	Terima H _a
3	H ₀ : $\rho_{yx_2x_1} = 0$ H _a : $\rho_{yx_2x_1} \neq 0$	-	-	71,201	3,115	Terima H _a

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini guna memperlihatkan besarnya penggunaan debit card dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.649	.640	2.68762
a. Predictors: (Constant), E_Wallet, DebitCard				
b. Dependent Variable: PerilakuKonsumtifMahasiswa				

Berdasarkan tabel diatas diketahui, nilai R sebesar 0,806 menunjukkan korelasi ganda (*Debit Card* dan *E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dengan mempertimbangkan variasi nilai R Square sebesar 0,649, yang memiliki makna besarnya peran atau kontribusi variabel *Debit Card* dan *E-Wallet* mampu menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebesar 64,9%. Sedangkan sisanya atau e sebesar 0,351 atau

35,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

***Debit Card* berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Debit Card berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, hal ini menginterpretasikan bahwa semakin banyak penggunaan *Debit Card* di kalangan mahasiswa maka akan semakin meningkat Pula Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA.

Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda, menyatakan bahwa secara parsial besarnya pengaruh total *Debit Card* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nusantara Batang Hari sebesar 22,3%. Selanjutnya hasil perhitungan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapat $t_{hitung} = 6,520 > t_{tabel} = 1,664$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Debit Card* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Semakin banyak penggunaan *Debit Card* di kalangan Mahasiswa, maka semakin meningkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ainin Yaumil Achir yang menunjukkan adanya pengaruh penggunaan *Debit Card* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dengan tersedianya fasilitas pembayaran dengan *Debit Card*, transaksi mahasiswa menjadi semakin tinggi. Dengan kata lain, peningkatan penggunaan *Debit Card* oleh mahasiswa akan mendorong peningkatan Pengeluaran Konsumsi.

Pengguna *Debit Card* dapat memberikan dampak negatif berupa menjadikan mahasiswa lebih konsumtif. Hal ini menjadikan mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi lebih mudah. Selain itu, penggunaan *Debit Card* mulai dijadikan life style mereka. *Debit Card* sebagai simbol budaya konsumen yang dilengkapi dengan beragam fasilitas yang memudahkan pengguna untuk menarik uang tunai, membayar jenis tagihan, dan memanfaatkan berbagai fasilitas misalnya seperti diskon jika bertransaksi dengan mitra bisnis bank dari *Debit Card* tersebut. (David dkk 2016)

***E-Wallet* berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**

Hasil analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda, menyatakan bahwa secara parsial besarnya pengaruh total *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA sebesar 26,0%. Selanjutnya hasil perhitungan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapat $t_{hitung} = 4,804 > t_{tabel} = 1,664$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Semakin banyak penggunaan *E-Wallet* di kalangan Mahasiswa, maka semakin meningkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil survei yang dilakukan oleh SWA kepada pengguna *E-Wallet*, sebanyak 58% responden menggunakan brand OVO, GoPay 23%, dana 6%, dan linkaja 1%. Sedangkan menurut hasil riset Snapchart Indonesia, penggunaan *E-Wallet* untuk pemesanan transportasi *online* sebesar 27%, pemesanan makanan *online* 20% transaksi *e-commers* 15 dan pembayaran tagihan 7%. Penyebabnya karena *E-Wallet* adalah salah satu bagian dari berkembangnya financial technology menjadi sebuah trend karena memberi penawaran kepada pengguna dalam hal keefektifan bertransaksi sehingga mereka tidak perlu membawa uang tunai sehingga hal ini dapat menyebabkan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Debit Card dan E-Wallet berpengaruh positif secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil analisis statistik dengan menggunakan analisis regresi berganda, menyatakan bahwa besarnya pengaruh *Debit Card* dan *E-Wallet* secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebesar 64,9%. Selanjutnya hasil perhitungan f_{hitung} dengan f_{tabel} didapat $f_{hitung} = 71,201 > f_{tabel} = 3,115$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Debit Card* dan *E-Wallet* secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dan 35,1% adalah variabel sisa (residu) yang belum diteliti dalam penelitian ini

Debit Card dan *E-Wallet* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dimana apabila penggunaan *Debit Card* dan *E-Wallet* semakin meningkat maka akan semakin meningkat pula Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA

Perilaku konsumen merupakan Perilaku atau tindakan konsumen dalam membeli atau mempergunakan produk yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga konsumen memperoleh produk/jasa yang diinginkan.(Jefri Putri Nugraha 2021) Aktifitas berbelanja ataupun bertransaksi yang berlebihan menjadi individu melakukan perilaku konsumtif karena mengikuti perkembangan trend dan memenuhi keinginan sesaat. Kemudahan teknologi pembayaran yang seharusnya dapat dimanfaatkan secara positif untuk kemudahan bertransaksi membuat mahasiswa menjadi konsumen yang irrasional sehingga kurang memahami kebutuhan mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan, analisis data dan perhitungan statistik sebagaimana yang diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan analisis regresi menunjukkan bahwa pengaruh *Debit Card* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa adalah sebesar 22,3%, dengan diperoleh nilai $t_{hitung} = 6,520 > t_{tabel} = 1,664$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Debit Card* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA, pengaruh *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa adalah sebesar 26,0%, dengan diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,804 > t_{tabel} = 1,664$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA, dan pengaruh *Debit Card* dan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebesar 64,9%. Selanjutnya diperoleh hasil perhitungan nilai $f_{hitung} = 71,201 > f_{tabel} = 3,115$, hal ini menunjukkan tolak H_0 dan terima H_a . Ini artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara antara *Debit Card* dan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNISBA.

Menurut hasil dan konklusi yang dipaparkan peneliti, adapun saran-saran yang sekiranya akan bermanfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan pada riset ini kedepannya: (1) Dalam memenuhi kebutuhan diri dapat mengatur rancangan budgeting untuk skala prioritas, (2) Mengimplementasikan prinsip hidup sederhana seperti yang diajarkan oleh agama yakni perilaku konsumsi yang secukupnya dan tidak boros. (3) Bagi peneliti selanjutnya bisa menggunakan objek yang lebih luas dan mengembangkan variabel pada riset ini dengan menambah faktor lainnya yang juga berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andrian, dkk., Perilaku Konsumen, Malang: Rena Cipta Mandiri, 2022
- [2] Edi Purwanto, Tecnology Adoption: A Coceptual Framework, Tangerang: Yayasan Pendidikan Philadelphia, 2020.
- [3] Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [4] Jefri Putri Nugraha, Konsep Perilaku Konsumen, Pekalongan: PT. NEM, 2021.
- [5] Maman Abdurrahman, Sambas Ali Muhidin, Analisis Korelasi, Regresi dan Jalur dalam Penelitian, Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- [6] Medias dan Fahmi, Ekonomi Mikro Islam, Magelang: Unimma Press, 2018.
- [7] Muhammad Anang Firmansyah, Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran), Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- [8] Naning Fatmawatie, E-commerce dan Perilaku Konsumtif, Yogyakarta: IAIN Kediri Pers, 2022
- [9] Sadono Sukirno, Mikroekonomi Teori Pengantar, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- [10] Samuelson, Paul A. Dan Nordhaus William D. Makro Ekonomi. Edisi ke-17. Cetakan ketiga, Jakarta: Erlangga, 2015.
- [11] Stanton dan Nurhaini, Prinsip Pemasaran, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2018.
- [12] Suharyono. "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam," AL-INTAJ 4 2018
- [13] Suyanto, Mengenal Dompot Digital di Indonesia, Banten: CV. AA Rizky, 2023
- [14] Eva Suminar dan Tatik Meiyuntari. Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja, Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 4, No. 02 2015
- [15] Kurniati "Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam", Jurnal Ekonomi Indonesian. Vol.VI. No.1 2016
- [16] Lamria Raya Fitriyani, dkk, Cara Bijak Menggunakan Dompot Elektronik, Jakarta Pusat: Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian Masyarakat (LP3M) LSR, 2021.
- [17] Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. Jurnal Manajemen Informatika 09(02)
- [18] Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9, No. 2 2016