
**PENGARUH KONDISI EKONOMI TERHADAP PENGGUNAAN SHOPEEPAY
MELALUI PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Oleh

Dewi Kusuma Wardani¹, Yuan Novita Indriyanti²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Email: [1d3wikusuma@gmail.com](mailto:d3wikusuma@gmail.com), [2yuannovita7@gmail.com](mailto:yuannovita7@gmail.com)

Abstrak

This study aims to determine the effect to economic conditions on the use of *shopeepay* through consumptive behavior as an intervening variable. This study uses descriptive quantitative and primary data using a questionnaire. The number of samples in this study was 140 respondents of Muslim students studying in Yogyakarta. Sampling in this study using snowball sampling. This study gives results economic conditions have a negative effect on the use of *shopeepay*, economic conditions do not affect consumptive behavior, consumptive behavior does not affect the use of *shopeepay*, economic conditions do not affect the use of *shopeepay* through consumptive behavior.

Keywords: Economic Condition, Lifestyel, Religiosty, Use of Shopeepay, Consumptive Behavior.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 sejak awal Maret 2020 mengakibatkan kegiatan bekerja, belajar, dan beribadah dilakukan di rumah atau yang sekarang ini disebut sebagai WFH atau *Work Form Home*, sehingga menimbulkan penggunaan internet yang semakin sering digunakan oleh masyarakat Indonesia sendiri. Selain naiknya penggunaan internet pada masa Pandemi Covid-19, kegiatan ekonomi juga mengalami peningkatan yang mana masyarakat Indonesia memanfaatkan *e-commerce*. *E-commerce* merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan menggunakan internet (Aco & Endang, 2017). Faktor-faktor internet di seluruh Provinsi Indonesia salah satunya adalah belanja *online* (kompas.com, 2020). Belanja *online* pada saat ini sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia untuk mencari barang-barang yang dibutuhkan dengan segala kemudahan dan beraneka ragam pilihan. Pembelian belanja *online* atau lewat *e-commerce* berjumlah 98,3 juta transaksi dan meningkat 18,1%, *e-commerce* yang paling banyak jumlah pengunjungnya adalah Shopee dengan pengunjung 96,5 juta dan meningkat sekitar 72% (sirclo.com, 2020). Sehingga

shopee merupakan *e-commerce* nomor satu yang banyak disukai oleh masyarakat. Pada aplikasi Shopee terdapat dompet digital atau uang elektronik yang digunakan sebagai metode pembayaran di *e-commerce* shopee yaitu *shopeepay*. *shopeepay* juga merek *e-wallet* nomor 1 yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya (Supriyanto, 2020).

Kondisi ekonomi merupakan keadaan atau kedudukan orang tua di dalam masyarakat yang berhubungan dengan jumlah pendapatan, pengeluaran dan kekayaan yang dimiliki orang tua (Wiyono, 2017). Apabila kondisi ekonomi orang tua mahasiswa mampu untuk mencukupi kebutuhan mahasiswa tersebut, maka keinginan mahasiswa tersebut untuk berbelanja *online* dan menggunakan *shopeepay* akan meningkat, tetapi jika kondisi orang tua belum bisa untuk mencukupi kebutuhan mahasiswa tersebut maka keinginan mahasiswa untuk berbelanja *online* dan menggunakan *shopeepay* akan menurun (Hana & Kusumawati, 2020). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hana & Kusumawati (2020) yang menyebutkan bahwa kemampuan *financial* berpengaruh positif

terhadap penggunaan *cashless transaction*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018) berpendapat bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat seseorang dalam menggunakan *e-payment*.

Perilaku konsumtif yaitu perilaku yang buruk, karena perilaku ini dilandaskan dengan emosi sesaat dan juga bukan berdasarkan kebutuhan (Purwaningsih et al., 2017). Apabila mahasiswa sering berbelanja *online* dan menggunakan *shopeepay* sebagai metode pembayarannya maka perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa tersebut akan tinggi. Begitu sebaliknya, apabila mahasiswa tersebut tidak terlalu sering belanja *online* dan jarang menggunakan *shopeepay* sebagai alat pembayaran, maka perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa tersebut akan rendah. Hal ini didukung oleh peneliti Wulandari et al. (2020) yang menyebutkan bahwa perilaku konsumtif mempunyai pengaruh yang positif terhadap pengguna *e-commerce*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulayya & Mujiasih, (2020) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh negative terhadap penggunaan *e-money*.

Semakin keadaan ekonomi dari orang tua mahasiswa tersebut mampu untuk memenuhi kebutuhan anaknya, maka memungkinkan mahasiswa tersebut akan menggunakan *shopeepay* secara berulang kali untuk berbelanja *online* dan mengakibatkan perilaku konsumtif yang tinggi pada mahasiswa tersebut, begitu sebaliknya apabila kondisi ekonomi orang tua mahasiswa tersebut belum mampu untuk mencukupi kebutuhan anaknya maka penggunaan *shopeepay* akan menurun sehingga perilaku konsumtif yang ada di dalam diri mahasiswa tersebut juga akan rendah (Hana & Kusumawati, 2020) dan (Adam, 2019).

LANDASAN TEORI

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana)

Theory of planned Behavior (TPB) merupakan teori pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Planned Behavior* (TPB) mempunyai tiga faktor utama sebagai penentu individu untuk melakukan suatu perilaku, yang pertama *Attitude toward the behavior* merupakan evaluasi individu secara positif atau negatif terhadap perilaku atau niat tertentu (Ajzen, 2012). *Subjective norm* merupakan fungsi dari kepercayaan, dimana kepercayaan individu mampu dipengaruhi oleh kepentingan orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Prasastyo, 2015). *Perceived behavioral control* merupakan pemahaman atas kemampuan untuk mengontrol perilaku yang akan dilakukan (Prasastyo, 2015). Kondisi ekonomi termasuk kedalam konsep *attitude toward the behavior* dan perilaku konsumtif termasuk kedalam konsep *perceived behavior control*.

2. Teori Atribusi (*attribution Theory*)

Teori Atribusi merupakan teori yang membahas tentang penyebab dan upaya dari perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Dewi & Ratnadi, 2017). Atribusi eksternal merupakan tingkah laku seseorang yang disebabkan oleh kekuatan internal atau disposisi (unsur psikologis yang mendahului tingkat laku). Atribusi eksternal yaitu tingkah laku seseorang yang disebabkan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan (*environmental forces*) (Darwati, 2015). Kondisi ekonomi termasuk kedalam bagian dari atribusi internal yang berasal dari diri individu tersebut. Perilaku konsumtif termasuk kedalam bagian dari atribusi eksternal yang mana salah satu penyebab dari variabel ini adalah pengaruh lingkungan sekitar atau dari luar perilaku individu tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai data primer yang bersumber dari kuisioner tanggapan responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *snowball Sampling*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 yang menmpuh studi di Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti ini menggunakan program IBM SPSS 20. Peneliti menggunakan uji *pilot test* sebelum melakukan penelitian yang sebenarnya. Tujuan dari *pilot test* adalah untuk menguji dan mengetahui apakah instrument yang dipakai di dalam penelitian ini sudah layak digunakan dalam penelitian yang sebenarnya. Kuisioner dapat digunakan kembali apabila item yang termuat dalam kuisioner tersebut dinyatakan valid, reliable, akurat serta mudah dipahami.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Kualitas Data

Hasil uji validitas pernyataan variabel kondisi ekonomi, penggunaan *shopeepay* dan perilaku konsumtif dinyatakan bahwa seluruh item dibuktikan valid, karena nilai *pearson Correlation* > r-tabel dan signifikansinya dibawah dari nilai *alpha* yaitu 0,05. Hasil pengujian reabilitas untuk pernyataan kondisi ekonomi, penggunaan *shopeepay* dan perilaku konsumtif disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas

No.	Varibael	Crounbach's Alpha
1	Kondisi Ekonomi	0,630
2	Penggunaan <i>Shopeepay</i>	0,845
3	Perilaku Konsumtif	0,763

Sumber: Data primer, 2022, diolah

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dinyatakan bahwa semua variabel dinyatakan reabel hal ini ditunjukkan dengan nilai Crounbach's Alpha yang lebih tinggi dari 0,600.

Uji Asumsi Klasik

Hasil pengujian *Kolmogorv-Smirnov* sebesar 0,681 dan nilai *Asymp.Sig* sebesar

0,743 yang berarti lebih besar dari nilai *alpha* yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas dapat diketahui bahwa kondisi ekonomi *tolerance* 0,713 > 0,10 nilai VIF 1,402 < 10,00, perilaku konsumtif nilai *tolerance* 0,757 > 0,10 nilai VIF 1,320 < 10,00, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kondisi ekonomi dan perilaku konsumtif tidak terjadi multikolinieritas.

Uji heteroskedastisitas nilai probabilitas kondisi ekonomi sebesar 0,067, perilaku konsumtif sebesar 0,761 dan dapat disimpulkan bahwa variabel kondisi ekonomi dan perilaku konsumtif tidak terjadi heteroskedastisitas karena lebih besar dari 0,05.

Uji Hipotesis

UJI Analisis Jalur (*Path analysis*)

Tabel 2. Hasil uji Analisis Jalur (*Path analysis*) Persamaan 1

Variabel	B	Beta	t	Sig t
(Constan)	81,496			
Kondisi Ekonomi	-0,078	-0,033	-0,375	0,708
R Square	0,243			
Dependent Variabel:		Perilaku Konsumtif		

Sumber: Data Primer, diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 dengan persamaan structural 1 adalah $Y_2 = \alpha + \beta X_1 + e_1$ dengan hasil jumlah $\alpha = 81,496$, $\beta X_1 = -0,033$, $e_1 = \sqrt{(1 - 0,243)} = 0,870$

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Jalur (*Path analysis*) Persamaan 2

Variabel	B	Beta	t	Sig t
(Constan)	17,480			
Kondisi Ekonomi	-0,260	-0,132	-2,010	0,046
Perilaku Konsumtif	0,015	0,018	0,278	0,781
R Square	0,586			
Dependent Variabel:		Penggunaan <i>Shopeepay</i>		

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 3 dengan persamaan structural 2 adalah $Y_1 = \alpha + \beta X_1 + \beta X_4 + e_2$

dengan hasil jumlah $\alpha = 17,480$, $\beta X_1 = -0,132$, $\beta X_4 = 0,018$, $e_2 = \sqrt{(1 - 0,586)} = 0,643$.

Uji Parsial (Uji t)

1. Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa nilai probabilitas kondisi ekonomi terhadap penggunaan *shopeepay* sebesar $0,046 < 0,050$ dan nilai Beta sebesar $-0,132$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 tidak diterima dan kondisi ekonomi berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopeepay*.
2. Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui hasil pengujian signifikansi menunjukkan bahwa nilai probabilitas kondisi ekonomi sebesar $0,708 > 0,05$ dan nilai Beta sebesar $-0,033$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 tidak diterima dan kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
3. Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai probabilitas perilaku konsumtif sebesar $0,781 > 0,05$ dan nilai Beta sebesar $0,01$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 dan perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay*.

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau *R Square* pada tabel persamaan 1 adalah $0,243$ sama dengan $24,3\%$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kondisi ekonomi secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar $24,3\%$. Sedangkan sisanya $75,7\%$ merupakan kontribusi dari variabel-variabel lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* pada tabel persamaan 2 adalah $0,586$ sama dengan $58,6\%$, hal ini menunjukkan bahwa variabel kondisi ekonomi secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay* sebesar $58,6\%$. Sedangkan sisanya $41,4\%$ merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

Besar Pengaruh Residu (e)

Terdapat dua pengaruh (e) yaitu e_1 menggambarkan jumlah variance perilaku konsumtif yang tidak dijelaskan oleh kondisi ekonomi dan e_2 menggambarkan jumlah variance variabel penggunaan *shopeepay* yang tidak dijelaskan oleh kondisi ekonomi dan perilaku konsumtif. Besaran pengaruh residu tersebut dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$e_1 = \sqrt{1 - R} = \sqrt{1 - 0,243} = 0,870$$

$$e_2 = \sqrt{1 - R} = \sqrt{1 - 0,586} = 0,643$$

Maka dapat diketahui bahwa besaran pengaruh residu pada e_1 sebesar $0,870$ dan besaran pengaruh residu pada e_2 sebesar $0,643$.

Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Berdasarkan pada tabel 1 dan 2 yaitu pada path analysis persamaan 1 dan 2 diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan kondisi ekonomi terhadap penggunaan *shopeepay* pada tabel persamaan 2 sebesar $-0,0132$. Sedangkan pengaruh tidak langsung kondisi ekonomi terhadap penggunaan *shopeepay* melalui perilaku konsumtif adalah perkalian antara nilai beta kondisi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dengan nilai beta perilaku konsumtif terhadap penggunaan *shopeepay* yaitu: $-0,333 \times 0,018 = -0,000594$. Pengaruh total yang diberikan X_1 terhadap Y_2 melalui Y_1 adalah $-0,0132 + (-0,000594) = -0,0138$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar daripada nilai pengaruh tidak langsung, sehingga H_0 diterima dan H_4 tidak diterima. Hal ini menunjukkan hasil bahwa kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay* melalui perilaku konsumtif.

Uji Fit Model

Tabel 4. Hasil Uji (F) Persamaan 1

Model	Sum of Squares	df	MeanSquare	F	Sig
1 Regression	1992,441	3	664,147	14,526	0,000
Residual	6218,159	136	45,722		
Total	8210,600	139			
Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber: Data Primer, diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 diatas menjelaskan bahwa pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variable *intervening* (Y_1) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai f hitung hasil *output* dari program SPSS sebesar 14,526. Apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel, maka model dinyatakan berpengaruh signifikan dan dapat dikatakan *fit*. F hitung 14,526 lebih besar dari nilai f tabel 2,67, sehingga dengan model dalam penelitian ini dapat dikatakan *fit*.

Tabel 5. Uji F Persamaan 2

	Model	Sum of Squares	df	meanSquare	F	Sig.
1	Regression	3387,743	4	846,936	47,759	0,000
	Residual	2394,050	135	17,734		
	Total	5781,793	139			
Dependent Variable:		Penggunaan <i>Shopeepay</i>				

Sumber: Data Primer, diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 diatas menjelaskan bahwa pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel *Intervening* (Y_1) terhadap variabel dependen (Y_2) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan f hitung hasil *output* dari program SPSS sebesar 47,759. Apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel, maka model dinyatakan berpengaruh signifikan dan dapat dikatakan *fit*, f hitung 47,599 lebih besar sehingga dengan model dalam penelitian ini dapat dikatakan *fit*.

Pembahasan

1. Pengaruh Kondisi Ekonomi Terhadap Penggunaan *Shopeepay*

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopeepay*. nilai beta kondisi ekonomi terhadap penggunaan *shopeepay* sebesar -0,132 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,046 < 0,050 dan dapat disimpulkan bahwa H1 tidak diterima. Sehingga kondisi ekonomi berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopeepay*.

Kondisi ekonomi berpengaruh negatif terhadap penggunaan *shopeepay* hal ini disebabkan karena kondisi ekonomi yang ada dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi yang orang tuanya belum mampu untuk mencukupi kebutuhan mahasiswa muslim tersebut. Hal ini dapat dilihat dari

pilihan responden pada point pendapatan yang mana banyak responden yang memilih pendapatan <Rp. 500.000, yang artinya pendapatan mahasiswa tersebut berada pada kondisi yang belum mampu.

Mayoritas responden memberikan jawaban setuju, yang mana artinya adalah penghasilan dan tabungan yang ia miliki ternyata mampu untuk mengisi ulang *shopeepay*, namun hal tersebut tidak berlaku untuk mahasiswa muslim sendiri, mahasiswa tersebut tetap menggunakan *shopeepay* secara tidak berlebihan, karena batas kondisi ekonominya pula yang tidak mendukung untuk menggunakan *shopeepay* secara berulang kali. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang mana dalam faktor *attitude toward the behavior* tersebut menjelaskan bahwa evaluasi individu yang dilakukan secara positif atau negatif terhadap perilaku atau niat tertentu Ajzen (2012), yang artinya adalah seorang mahasiswa tersebut mampu untuk menilai seberapa jauh kemampuannya untuk menggunakan *shopeepay* dengan melihat kondisi ekonomi yang dialami orang tuanya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azirah (2018) yang menyebutkan bahwa kemampuan financial tidak berpengaruh terhadap perilaku penggunaan uang elektronik.

2. Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. nilai Beta kondisi ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebesar -0,033 dan nilai signifikansinya sebesar 0,708 > 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa H2 tidak diterima. Sehingga kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif hal ini disebabkan oleh keadaan ekonomi yang mana di dalam penelitian ini mahasiswa

banyak memilih pendapatan <Rp. 500.000, yang mana artinya kondisi ekonomi mahasiswa tersebut belum mampu atau belum bisa mencukupi kebutuhan dari mahasiswa tersebut. Mayoritas responden menjawab setuju, yang artinya adalah mahasiswa tersebut mampu untuk membeli barang atau menggunakan jasa secara berulang kali dan menggunakan pendapatan atau tabungan yang dimilikinya untuk membayar barang atau jasa yang sudah digunakan, namun hal tersebut tidak berlaku untuk mahasiswa muslim dalam penelitian ini, karena mahasiswa muslim ini mampu untuk mengendalikan dirinya untuk tidak menggunakan jasa atau membeli barang secara berlebihan, karena mereka mengerti sejauhmana kondisi ekonomi orang tua mereka, yang mana mahasiswa tersebut mampu untuk mengontrol dirinya agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Hal ini sesuai dengan teori atribusi internal dan eksternal yang mana kondisi ekonomi sebagai atribusi internal yang sudah mampu untuk mengendalikan perilaku yang ada pada diri mahasiswa tersebut dengan melihat kondisi ekonomi orang tuanya. Perilaku konsumtif termasuk ke dalam atribusi internal ialah tingkah laku seseorang yang disebabkan oleh kekuatan-kekuatan lingkungan (Darwati, 2015) yang artinya perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa muslim tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor yang ada di luar diri mahasiswa tersebut contohnya adalah kondisi ekonominya (uang). Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Joharelita (2017) yang menyebutkan bahwa pendapatan orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi siswa.

3. Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan *Shopeepay*.

Hipotesis ketiga pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopeepay*. nilai Beta perilaku konsumtif terhadap penggunaan *shopeepay* sebesar 0,018 dan nilai signifikansinya $0,781 > 0,05$ dan dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak. Sehingga perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay*.

Perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay* hal ini disebabkan karena perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa mampu untuk di kontrol oleh mahasiswa. Sehingga tidak menyebabkan penggunaan *shopeepay* yang secara berulang. Mayoritas responden menjawab setuju yang artinya adalah pada diri mahasiswa tersebut terdapat perilaku konsumtif yang tidak bisa dikontrol oleh mahasiswa itu sendiri, sehingga akan menimbulkan penggunaan *shopeepay* secara berlebihan, namun hal tersebut tidak dilakukan oleh mahasiswa muslim, mahasiswa muslim mampu untuk mengontrol sifat perilaku konsumtif yang ada pada dirinya, sehingga mahasiswa tersebut tidak menggunakan *shopeepay* secara berlebihan.

Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang terdapat pada faktor *perceived behavioral control* merupakan pemahaman atas kemampuan untuk mengontrol perilaku seseorang yang mempunyai peran penting untuk memprediksi perilaku yang dilakukan (Prasastyo, 2015) yang artinya ialah, mahasiswa muslim tersebut mampu untuk mengontrol perilaku konsumtif untuk tidak membeli barang atau menggunakan jasa secara berlebihan yang mana nantinya akan berpengaruh pada penggunaan *shopeepay* secara berlebihan sebagai metode pembayaran. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulayya & Mujiasih (2020) yang

menyebutkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-money*.

4. Pengaruh Kondisi Ekonomi terhadap Penggunaan *Shopeepay* melalui Perilaku Konsumtif

Hipotesis ke empat dalam penelitian ini adalah kondisi ekonomi berpengaruh positif terhadap penggunaan *shopeepay*. pengaruh langsung yang diberikan kondisi ekonomi sebesar -0,0132, sedangkan pengaruh tidak langsung kondisi ekonomi terhadap penggunaan *shopeepay* melalui perilaku konsumtif adalah -0,0138 yang mana dapat diketahui bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar daripada nilai pengaruh tidak langsung dan dapat disimpulkan bahwa H_4 tidak diterima. Sehingga kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay* melalui perilaku konsumtif.

Hal ini disebabkan karena kondisi ekonomi orang tua pada penelitian ini dapat dikatakan sebagai kondisi ekonomi yang belum mampu untuk mencukupi kebutuhan mahasiswa itu sendiri. Karena pada penelitian ini mahasiswa muslim banyak yang memilih pendapatn <Rp. 500.000, sehingga semakin belum mampunya kondisi ekonomi mahasiswa tersebut untuk mencukupi kebutuhannya, maka semakin berkurang pula mahasiswa tersebut untuk menggunakan barang atau jasa secara berulang kali dan menggunakan *shopeepay* sebagai alat pembayarannya, sehingga perilaku konsumtif yang ada pada diri mahasiswa tersebut juga akan berkurang sesuai dengan kondisi ekonomi yang dialaminya.

Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang mana terdapat pada faktor *perceived behavioral control* yang artinya adalah kemamouan kondisi ekonomi orang tua yang dimiliki mahasiswa tersebut belum mampu untuk mencukupi kebutuhannya, maka mahasiswa tersebut harus mampu untuk mengontrol perilaku konsumtifnya dan

tidak menggunakan *shopeepay* secara berlebihan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil pengujian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi ekonomi berpengaruh negative terhadap penggunaan *shopeepay*.
2. Kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3. Perilaku konsumtif tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepay*.
4. Kondisi ekonomi tidak berpengaruh terhadap perunggunaan *shopeepay* melalui perilaku konsumtif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta hal-hal yang terkait dengan keterbatasan penelitian ini, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya, apabila ingin melakukan pengujian yang sama dengan penelitian ini disarankan untuk menambah variabel baru seperti promosi dan literasi keuangan.
2. Untuk peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperbanyak jumlah sampel dan bisa mnggunakan populasi selain mahasiswa muslim atau menggunakan populasi masyarakat umum yang sudah bekerja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aco, A., & Endang, A. H. (2017). Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Teknik Informatika*, 2, 1–13.
- [2] Adam, R. R. (2019). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.

- [3] Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1, January 2012*, 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- [4] Azirah, N. (2018). *Pengaruh Kemampuan Dan Pengetahuan Finansial Terhadap Persepsi Kemudahan Dan Perilaku Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Makassar*.
- [5] Darwati, Y. (2015). Keterlambatan Mahasiswa Dalam Studi Ditinjau Dari Teori Atribusi Dari Weiner. *Universum*, 9.
- [6] Dewi, K. Y. K., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Pengaruh Pengendalian Internal Dan Integritas Pada Kecenderungan Kecurangan Akuntansi Satuan Kerja Perangkat Daerah Kota Denpasar. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18, 917–941.
- [7] Hana, C., & Kusumawati, Y. (2020). Pengaruh Kemampuan Financial dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Cash Less Transaction Gerakan Non Tunai yang digalakan oleh pemerintah dimaksudkan kepada masyarakat agar semakin mudah bertransaksi dengan keuangannya serta meningkatkan keamanan bertransaksi. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13.
- [8] Joharelita, M. (2017). Pengaruh Pendapatan Orangtua Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Sma Negeri 1 Jawai. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Untan*, 6(8), 216569.
- [9] kompas.com. (2020). *Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang*. www.kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- [10] Prasastyo, K. W. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior (TPB) Dalam Intensi Pembelian Apartemen Di Wilayah Jakarta Dengan Domisili Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 17(2), 134–142.
- [11] Purwaningsih, S., Maulina, V., & Firdaus, R. M. (2017). Pengaruh konsep diri, lingkungan teman sebaya, dan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan pengetahuan teori ekonomi mikro sebagai variabel intervening. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 2(1), 1–12.
- [12] Putri, A. N. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Resiko, Manfaat Dan Pendapatan Terhadap Minat Penggunaan E-Payment Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [13] sirclo.com. (2020). *Jumlah Pengguna E-Commerce Indonesia di Tahun 2020 Meningkat Pesat*. www.sirclo.com. <https://www.sirclo.com/jumlah-pengguna-e-commerce-indonesia-di-tahun-2020-meningkat-pesat/>
- [14] Supriyanto, B. (2020). *ShopeePay Rajai E-Wallet Indonesia Selama Periode Harbolnas di Masa Pandemi*. ekonomi.bisnis.com. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201210/12/1329246/shopeepay-rajai-e-wallet-indonesia-selama-periode-harbolnasdi-masa-pandemi>
- [15] Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Komsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279.
- [16] Wiyono, T. (2017). *Pengaruh Latar Belakang Pendidikan Orang Tua, Kondisi Ekonomi Orang Tua dan Lingkungan Sosila Terhadap Minat Melanjutkan Studi ke Jenjang S2 Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY*. 1–125.
- [17] Wulandari, S., Habra, M. D., & Ningsih, A. M. (2020). *Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan E-Commerce Pada Tatanan Hidup New Normal*.