



Volume 11 Nomor 9 Tahun 2022 Halaman 1331-1339

ISSN: 2715-2723, DOI: 10.26418/jppk.v11i9.57907

<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jdpdb>

PENGARUH PENGGUNAAN *FINTECH MOBILE PAYMENT* DAN APLIKASI BELANJA *ONLINE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNTAN

Mickel Jerri Kurniawan Ray, Mashudi, Herkulana
Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Tanjungpura

Article Info

Article history:

Received: 29 Agustus 2022

Revised: 3 September 2022

Accepted: 7 September 2022

Keywords:

Mobile Payment
Online Shopping
Consumptive

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of the variable fintech mobile payment and online shopping applications on the consumptive behavior of students of Economics Education FKIP Untan. The research method used is descriptive in the form of quantitative research. The population in this study consisted of 88 students of Economics Education, namely the class of 2019, 2020, and 2021. Sampling of 30 people from the number of students used purposive sampling technique. The source of research data consists of primary data, namely the results of a questionnaire. Multiple regression of the fintech mobile payment and online shopping application variables on consumptive behavior is obtained by the formula $Y = 27.298 + 0.327 X1 + -0.215 X2$. The significance value of the influence of $X1$ and $X2$ simultaneously on Y is $0.026 < 0.05$ and the calculated F value is $4.203 > F$ table 3.34 so it can be concluded that there is an influence of Fintech Mobile Payment ($X1$) and Online Shopping Applications ($X2$) Consumptive Behavior Variables (Y). The termination coefficient of the R Square value of 0.237 means that the influence of the Fintech Mobile Payment ($X1$) variable and the Online Shopping Application ($X2$) variable simultaneously on the Consumptive Behavior (Y) variable is 23.7%.

Copyright © 2022 Mickel Jerri Kurniawan Ray, Mashudi, Herkulana

✉ Corresponding Author:

Mickel Jerri Kurniawan Ray
FKIP Untan, Jl Hadari Nawawi, Pontianak
Email: jerrickurniawanr@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada saat ini dunia sudah memasuki revolusi industri 4.0, dimana teknologi digital menjadi salah satu modal utama yang dibutuhkan oleh para pelaku industri untuk mengembangkan lini usahanya. Ini menunjukkan bahwa perkembangan industri saat ini tidak dapat terlepas dari perkembangan teknologi. Perkembangan sektor industri yang beriringan dengan perkembangan teknologi digital yang mempunyai dampak positif pada suatu Negara, tak terkecuali Indonesia. Dengan teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya ke arah ekonomi digital. Pada era new digital economy yang ditandai dengan adanya mobile technology dan akses internet yang tidak terbatas, serta kehadiran teknologi cloud yang digunakan dalam proses ekonomi digital. Menurut Van Ark, Erumban, Corrado, & Levanon (dalam Kominfo, 2019).

Kemajuan teknologi digital telah mengubah gaya hidup mahasiswa masa kini dekat dengan gadget serta internet dan di dukung dengan aplikasi fasilitas pelayanan membuat mobile sehari-hari mahasiswa menjadi lebih mudah dan sederhana. Termasuk fenomena dalam hal pembayaran transaksi yang penggunaan system pembayaran berbasis digital atau *payment digital* semakin marak diantaranya *mobile banking*, dompet elektronik dan lain sebagainya, proses pembayaran dengan system berbasis digital dianggap lebih mudah dan praktis. Kehadiran m-banking atau e-banking di Indonesia sebagai alat pembayaran atau mobile payment, hal ini membuat suatu perubahan dalam transaksi pembayaran, dan semakin diminati mahasiswa khususnya senang atau suka untuk berbelanja online di platform e-commerce.

Peneliti melakukan survei dengan cara menyebarkan angket pendahuluan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi S1 FKIP UNTAN angkatan 2019,2020, dan 2021 guna mencari informasi berapa banyak dari mahasiswa yang menggunakan mobile payment seperti Go-Pay, Shoopepay, Dana dan Mobile Banking. Total 88 orang mahasiswa dari 3 angkatan tersebut yang mengisi angket pendahuluan dan hasil yang peneliti dapat adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Survei Penggunaan Mobile Payment 2022

No	Survei Penggunaan Mobile Payment	
1	Go-Pay	35%
2	ShoopePay	53%
3	Dana	10%
4	Mobile Banking	2%

Berdasarkan hasil di atas ada beberapa dari mahasiswa yang menggunakan lebih dari 1 mobile payment. ShopeePay merupakan brand e-wallet yang paling diingat, paling sering digunakan, dan paling disukai oleh mahasiswa. “ShopeePay boleh dibilang pendatang baru. Namun, karena kompatibel dengan portal belanja online terbesar di Indonesia, Shopee, sehingga cepat berkembang,” ujar Direktur Snapcart Indonesia, Astrid Williardry, dalam keterangan tertulis yang diterima Senin (29/3/2021).

Belanja online merupakan proses transaksi yang dilakukan melalui media berupa situs-situs jual beli online yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Dewasa ini belanja online telah menjadi sebuah kebiasaan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja online adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya. Belanja online juga dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan di toko online. Proses tersebut dapat dilakukan dengan cara memesan barang yang diinginkan melalui vendor atau produsen serta reseller dengan menggunakan internet. Selanjutnya melakukan pembayaran dengan cara mentransfer via bank, e-bank, ataupun COD (Cash on Delivery).

Peneliti melakukan survei dengan cara menyebarkan angket pendahuluan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi S1 FKIP UNTAN angkatan 2019,2020, dan 2021 guna mencari informasi berapa banyak dari mahasiswa yang menggunakan aplikasi belanja online seperti Shoope dan Tokopedia. Total 88 orang mahasiswa dari 3 angkatan tersebut yang mengisi angket pendahuluan dan hasil yang peneliti dapat adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Survei Penggunaan Aplikasi Belanja Online 2022

No	Survei Aplikasi Belanja Online	
1	Tokopedia	11%
2	Shoope	96%

Berdasarkan hasil di atas ada beberapa dari mahasiswa yang menggunakan lebih dari 1 aplikasi belanja online. Fenomena digital payment serta aplikasi belanja online yang terjadi tentu saja membuat perubahan gaya hidup dari mahasiswa, dikarenakan semakin mudahnya melakukan pembayaran. Jadi

mahasiswa lebih cenderung berperilaku konsumtif dan lebih memilih segala sesuatu yang lebih efektif serta efisien untuk membantu ataupun menjalani kegiatan sehari-hari. Dimana perilaku konsumtif merupakan perilaku yang membeli sesuatu ataupun barang secara berlebihan dan tidak rasional tanpa mementingkan kebutuhan dan kebanyakan hanya berdasarkan keinginan pembeli saja. Perilaku konsumtif ini dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal serta meningkatkan gengsi demi memperlihatkan status sosial semata. Seperti dalam hal berbelanja, yang biasanya seseorang hanya membeli barang yang memang diperlukan dan dibutuhkan saja, akan tetapi saat ini cenderung membeli barang yang diinginkan bahkan bisa dikatakan tidak dibutuhkan. Menurut Rahmayanti (dalam Fera, 2020).

Perilaku konsumtif ini ditemukan pada mahasiswa yang sudah bekerja atau yang belum bekerja, mahasiswa diarahkan untuk kesenangan dan kepuasan dalam mengkonsumsi barang secara berlebihan. Mahasiswa dianggap mampu dalam membedakan mana kebutuhan yang harus mereka penuhi dan mana yang hanya faktor keinginan atau hasrat individu. Akan tetapi pada kenyataannya mahasiswa masih belum bisa mengontrol perilaku konsumtif mereka. Dimana pengeluaran atas kebutuhan lain-lain yang berkaitan dengan shopping, jalan-jalan lebih tinggi daripada kebutuhan makan, minum, transport, dan kebutuhan belajar seperti membeli buku, mengikuti seminar, print dan fotocopy. Padahal kebutuhan belajar yang lebih penting untuk menunjang karirnya merupakan investasi untuk masa depannya.

Berperilaku konsumtif ini juga didasari ataupun didukung dengan adanya situs aplikasi belanja online beserta kemudahan dalam penggunaannya menjadikan alternatif bagi mahasiswa dikarenakan lebih nyaman daripada belanja offline yang biasanya dihubungkan dengan keramaian, kecemasan, kemacetan lalu lintas, waktu yang terbatas dan keterbatasan tempat parkir. Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan aplikasi belanja online semakin meningkat didorong dengan munculnya digital payment. Digital payment atau sistem pembayaran non tunai berbeda dengan pembayaran tunai (uang dalam bentuk fisik). Pada umumnya pembayaran non tunai atau pembayaran konvensional dilakukan melalui kegiatan transfer antar bank. Selain itu, pembayaran non tunai menggunakan fasilitas yang diberikan oleh bank sebagai alat pembayaran, seperti kartu ATM, kartu debit maupun uang elektronik (e-money). Menurut Ramadani (dalam Fera, 2020).

Manusia akan berkembang berdasarkan stimulus yang diterimanya dari lingkungan sekitar. Lingkungan yang buruk akan menghasilkan manusia yang buruk, lingkungan yang baik akan menghasilkan manusia yang baik. Menurut Jhon B. Watson (dalam Putrayasa, 2013:46). Jhon B. Watson merupakan penemu pendekatan behaviorisme berpendapat bahwa manusia kan berkembang berdasarkan stimulus yang diterimanya dari lingkungan sekitar.

Teori *behaviorisme* yang dikemukakan oleh Jhon B. Watson merupakan dasar pada penelitian ini. Teori ini relevan menjadi dasar penelitian perilaku konsumtif, karena masyarakat pada saat ini terutama pada mahasiswa mereka sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan dalam kegiatan konsumsi. Kebanyakan dari mahasiswa mengkonsumsi secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, dan juga terpengaruh oleh faktor lingkungan, hanya untuk merasa berharga karena sederajat dengan teman maupun lingkungannya

Penelitian oleh Siti Erna Purnama Wati (2020) menyatakan bahwa penggunaan *digital payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Fera Rian Dianingsih (2020) yang menghasilkan penggunaan aplikasi belanja online dan *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan *Fintech Mobile Payment* Dan Aplikasi Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, menurut Juliansyah Noor (2015:38) “Menyatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori – teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel.” Bentuk penelitian yang akan digunakan penelitian yaitu studi korelasional. Di dalam penelitian ini, variabel terikat atau dependen (y) yaitu perilaku konsumtif mahasiswa sedangkan variabel bebas atau independen yaitu *Fintech Mobile Payment* (x_1) dan Aplikasi Belanja *Online* (x_2). Lokasi dalam penelitian ini adalah Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura.

Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Angkatan 2019, 2020, 2021 Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN yang berjumlah 88 orang. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2019,2020, dan 2021 yang berjumlah 30 orang. Peneliti mengambil 30 orang ini untuk dijadikan sampel dikarenakan sebelumnya peneliti menyebarkan angket pendahuluan dan dari total populasi 88 hanya 30 orang yang menggunakan *Mobile Payment* dan Aplikasi Belanja *Online* dan memenuhi kriteria guna menyebarkan angket yang selanjutnya.

Tabel 3 Populasi

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2019	36 Mahasiswa
2020	39 Mahasiswa
2021	16 Mahasiswa
Total	88 Mahasiswa

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel non probabilitas, menurut Juliansyah Noor (2015:154) teknik sampel non probabilitas merupakan “teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel”. Adapun teknik sampel non probabilitas yang digunakan di dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

Menurut Juliansyah Noor (2015:154) “*Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Misalnya dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh *fintech mobile payment* dan aplikasi belanja *online* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Maka, sampel yang ditentukan adalah para mahasiswa yang menggunakan *mobile payment* dan aplikasi belanja *online*.”

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2019,2020, dan 2021 yang berjumlah 30 orang. Peneliti mengambil 30 orang ini untuk dijadikan sampel dikarenakan sebelumnya peneliti menyebarkan angket pendahuluan dan dari total populasi 88 hanya 30 orang yang menggunakan *Mobile Payment* dan Aplikasi Belanja *Online* dan memenuhi kriteria guna menyebarkan angket yang selanjutnya.

Tabel 4 Sampel

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2019	10 Mahasiswa
2020	10 Mahasiswa
2021	10 Mahasiswa
Total	30 Mahasiswa

Pada penelitian ini, untuk memudahkan pengumpulan data terkait dengan penelitian maka perlu dirumuskan teknik pengumpul data. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi tidak langsung, komunikasi seperti ini dilakukan dengan penyebaran angket kepada responden. Hasil jawaban dari angket atau kuisisioner menjadi data primer pada penelitian ini. Penyebaran angket dilakukan secara online dan melalui media google form.

Alat pengumpul data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket/kuisisioner. Hasil jawaban kuisisioner menjadi data primer pada penelitian ini. Hal ini disesuaikan dengan masalah dan sub masalah yang akan dijawab pada penelitian ini. Kuisisioner diberikan kepada responden yang berjumlah 30 orang. Kuisisioner yang disebar melalui online terdiri dari 3 variabel.

Variabel pertama yaitu *Fintech Mobile Payment* yang memiliki 2 indikator dengan masing-masing indikator mempunyai 10 item pertanyaan dengan penskoran positif. Variabel kedua yaitu Aplikasi Belanja *Online* yang memiliki 4 indikator dengan masing-masing indikator mempunyai 5 item pertanyaan dengan penskoran positif. Variabel ketiga yaitu Perilaku Konsumtif yang memiliki 4 indikator dengan masing-masing indikator mempunyai 5 item pertanyaan, namun penskorannya dibagi

menjadi dua yakni 10 item pertanyaan pertama memiliki penskoran positif sedangkan 10 item kedua memiliki penskoran negative.

Sebelum menganalisis data terlebih dahulu dilakukan uji instrument. Uji instrument yang digunakan diantaranya

1. Uji Instrumen Penelitian

- a. Uji Validitas Kasmadi (2014, h.77) mengemukakan “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kelebihan suatu instrument”. Validitas yang digunakan adalah validitas angket dengan formuladiterapkan yaitu korelasi Product Moment. Uji validitas instrumen dengan 20 orang responden. Uji validitas butir menggunakan uji Pearson Product Moment dengan membandingkan antara hasil dari r hitungterhadapr tabel dimana DF 20 memiliki probabilitas 0,05adalah 0,444. Kriteria validitas yaitu jika r hasil perhitungan lebih dari r tabel.Jika syarat validitas tidak masuk kategori atau dikatakan tidak valid, yang harus dilakukan adalah menghapus butir atau item kuisioner tersebut sehingga tidak dipergunakan atau dimunculkan lagi.
- b. Uji Reliabilitas. Reliabilitas merupakan tingkat sejauh mana skor tes tersebut konsisten, dapat dipercaya dan dapat diulang. Jika dilakukan pengukuran terhadap objek yang sama tetapi dalam waktu berbeda, alat ukur yang reliabel akan menghasilkan skor yang sama. (Purwanto,2020). Perhitungan yang digunakan dalam menghitung reliabilitas adalah Alpha Cronbach

2. Uji asumsi klasik

Analisis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda merupakan jalur analisis yang bersifat parametrik yaitu didasarkan pada parametrik.Persyaratan tersebut dikenal dengan istilah uji asumsi klasik. Parameter atau persyaratan yang digunakan adalah normalnya pendistribusian data dari hasil penelitian, homogennya varians data, dan sifat linier yang ditunjukkan dari hubungan variabel yang satu dengan variabel lainnya. Berikut ini penjelasan dari uji asumsi klasik.

- a. Uji Distribusi Normal Untuk keperluan analisis data selanjutnya, maka akan lebih membantu jika variabel–variabel yang diteliti pada penelitian ini mengikuti atau membentuk distribusi atau pola tertentu. Sehingga sebelum diambilnya keputusan dibutuhkan pemeriksaan terhadap normal atau tidaknya distribus data. Pengujian normalitas pada penelitian inidilakukan dengan 3 cara yaitu perhitungan Kolmogrov Smirnov, pola histogram dan p plot. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan probabilitas untuk Kolomogrov Smirnov dilihat dari nilai Symp pada tabel output. Jika probabilitas $> 0,05$. maka data penelitian berdistribusi normal.
- b. Uji Multikolinieritas Tujuan perhitungan multikolinearitas adalah memeriksa apakah pada rumusan regresi ditemukan korelasi atau hubungan diantara independent variable. Pada model regresi, sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara varaibel bebas. Hasil dari perhitungan nilai variance inflation factor atau VIF memiliki nilai tolerance yang dapat diukur melalui dua kriteria yaitu apabila nilai tolerance value $> 0,10$ atau $VIF < 10$ dikategorikan tidak terjadi kondisi multikolinearitas.
- c. Uji Heteroskedasitas Tujuan dari uji heterokedastis adalah menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedasitas.Uji heteroskedasitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji glejser.

3. Analisa Data

Setelah diuji instrument dari sisi validitas dan reliabilitas serta distribusi normal maka akan dilanjutkan dengan teknik analisa data

a. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif pada penelitian ini menggunakan Korelasi Product Moment. Kasmadi dan Nia Siti (2014) mengemukakan Uji korelasi ganda digunakan untuk menguji hipotesis ketiga, yakni dilakukan secara bersama-sama antara X_1 dan X_2 dengan Y . Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi Product Moment. Koefisien korelasi, dinyatakan dengan notasi r , merupakan bilangan yang menunjukkan kuat lemahnya hubungan antara dua variabel. Korelasi terdiri dari positif dan negatif. Dikatakan positif jika koefisien korelasi berada pada rentang 0 hingga menuju +1. Dikatakan negtif jika koefisien korelasinya berada pada rentang 0 hingga mencapai -1. Apabila $r = 0$, artinya antara dua variabel tidak berkorelasi, apabila $r =$

+1 artinya berkorelasi positif secara sempurna dan apabila $r = -1$ artinya berkorelasi negative secara sempurna.

b. Analisa Regresi Berganda

Kasmadi dan Nia Siti (2014) mengemukakan memprediksi variabel terikat dimana variabel bebas pertama dan variabel bebas kedua yang dihitung secara bersama terhadap variabel terikat. Pada penelitian analisis regresi berganda menggunakan analisis varian.

c. Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yang akan dibuktikan pada penelitian ini diantaranya.

- 1) Hipotesis Pertama Terdapat pengaruh variabel *fintech mobile payment* terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.
- 2) Hipotesis Kedua Terdapat pengaruh variabel aplikasi belanja online terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.
- 3) Hipotesis Ketiga Terdapat pengaruh variabel *fintech mobile payment* dan variabel aplikasi belanja online terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan.

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya.

- 1) Koefisien Determinan (R Kuadrat) Seluruh variabel bebas yang mempengaruhi memiliki faktor penentu terhadap nilai variabel dependen. Pentuan ini dapat diperoleh dari hasil perhitungan besarnya koefisien determinan (R kuadrat)
- 2) Uji Parsial/Uji t Keberartian dari hubungan diantara variabel bebas (X) dengan variabel (Y) besarnya dapat diketahui dengan melakukan uji parsial atau dikenal dengan uji t. Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 3) Uji F Pengaruh simultan atau bersama-sama variabel bebas yaitu variabel X1 dan variabel X2 terhadap variabel terikat yaitu variabel Y dapat diketahui melalui Uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengujian instrumen penelitian melalui beberapa tahapan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Tingkat r hitung keseluruhan item melebihi r tabel yaitu 0,444 sehingga dapat dikatakan semua item pernyataan pada kuisioner penelitian adalah valid. Tingkat Croanbach Alpha menunjukkan angka 0,903 melebihi r tabel yaitu 0,444 dan tidak ada item yang bernilai dibawah 0,6 sehingga dapat dikatakan keseluruhan item dikategorikan reliabel.

Setelah itu uji asumsi klasik yang terdiri dari uji distribusi normal, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastis telah terpenuhi parameternya. Uji distribusi normal untuk mengetahui normalitas data menggunakan uji Kolomogrov Smirnov. Uji multikolienaritas digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel apakah bersifat linier atau tidak. Dasar pengambilan keputusan ini adalah dengan membandingkan nilai tolerance dan VIF. Uji asumsi klasik berikutnya adalah uji heterokedastis dengan tujuan menguji apakah varians data bersifat homogeny. Uji ini menggunakan uji glejser.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel *fintech mobile payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 17,7%. Hal ini sejalan dengan penelitian Siti Erna Purnama Wati (2020) yang menyatakan bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 34,6%. Artinya penelitian ini dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh diantara *fintech mobile payment* dengan perilaku konsumtif walaupun dengan angka % yang berbeda.

Selanjutnya adalah pengujian hipotesis menggunakan uji t, untuk mengetahui pengaruh *fintech mobile payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data terdapat pengaruh *fintech mobile payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang ditunjukkan nilai t sebesar 2,455 lebih dari t tabel yaitu 1,988. Sejalan dengan penelitian Siti Erna Purnama Wati (2020) yang memperoleh nilai t hitung sebesar 7,199. Selain ditinjau dari uji t, pengujian hipotesis signifikan atau tidaknya pada penelitian ini juga dilihat melalui perbandingan nilai signifikansi. Diketahui nilai Sig untuk pengaruh *Fintech Mobile Payment* (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar $0,021 < 0,05$. Hasil pengolahan data dan analisa yang berkenaan dengan penelitian ini yang dapat dikemukakan diantaranya nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 17,7% dan formula Regresi sederhana $Y = 26,198 + 0,160 X$.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa fintech mobile payment memberikan pengaruh kepada perilaku konsumtif mahasiswa, Artinya jika dilihat dari indikator *fintech mobile payment yang* digunakan oleh peneliti yakni:

- a. *Perceived ease to use*. Bagi mahasiswa *fintech mobile payment* mudah dipelajari, fleksibel serta mudah digunakan bahkan tanpa bantuan orang lain. Maka dari itu, *fintech mobile payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa
- b. *Perceived usefulness*. Bagi mahasiswa *fintech mobile payment* bermanfaat serta dapat meningkatkan efektifitas kinerja individu. Maka dari itu, *fintech mobile payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel aplikasi belanja online tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian Fera Rian Dianingsih (2020) yang menyatakan bahwa variabel *digital payment* berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif sebesar 35,8%. Artinya penelitian ini dan penelitian terdahulu berbeda,

Selanjutnya adalah pengujian hipotesis menggunakan uji t, untuk mengetahui pengaruh aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data terdapat pengaruh aplikasi belanja online terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang ditunjukkan nilai t sebesar 1,355 kurang dari t tabel yaitu 1,988. Berbeda dengan penelitian Fera Rian Dianingsih (2020) yang memperoleh nilai t hitung sebesar 2,606. Selain ditinjau dari uji t, pengujian hipotesis signifikan atau tidaknya pada penelitian ini juga dilihat melalui perbandingan nilai signifikansi. Diketahui nilai Sig untuk pengaruh Aplikasi Belanja Online (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,186 > 0,05. Hasil pengolahan data dan analisa yang berkenaan dengan penelitian ini yang dapat dikemukakan diantaranya nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 6,2% dan formula Regresi sederhana $Y = 28.290 + 0,106 X$.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa aplikasi belanja online tidak memberikan pengaruh kepada perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya jika dilihat dari indicator aplikasi belanja online yang digunakan oleh peneliti yakni:

- a. Kenyamanan belanja, dengan kenyamanan belanja yang diberikan tidak membuat mahasiswa menjadi konsumtif. Walaupun Shoope dan Tokopedia memberikan berbagai kenyamanan dalam berbelanja tetapi mahasiswa bisa menemukan hal tersebut di aplikasi lainnya atau website lainnya
- b. Desain situs, dengan desain situs yang diberikan tidak membuat mahasiswa menjadi konsumtif. Walaupun desain situs dari Shoope dan Tokopedia menarik tetapi ketika ingin berbelanja mahasiswa hanya akan mencari barang yang dibeli serta berapa harganya tanpa mempertimbangkan desain situs yang menarik.
- c. Informatif, Shoope dan Tokopedia memberikan beragam informasi mulai dari berbagai macam karakteristik produk, beragam pembayaran serta pengiriman, tidak menjadikan mahasiswa menjadi konsumtif.
- d. Keamanan, dengan keamanan yang diberikan dari Shoope dan Tokopedia tidak menjadikan mahasiswa menjadi konsumtif, karena mahasiswa tidak membeli berdasarkan keamanan melainkan produk serta harga.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terbukti adanya pengaruh positif signifikan fintech mobile payment (X1) dan aplikasi belanja online (X2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hasil uji F hitung yaitu 4,203 melebihi F tabel yaitu 3, 34. Hal ini membuktikan adanya pengaruh fintech mobile payment dan aplikasi belanja online secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Tingkat signifikansi sebesar 0,026 kurang dari 0,05 menunjukkan tingkat signifikansi dari pengaruh tersebut. Formulasi regresi berganda yang dirumuskan berdasarkan pengolahan data SPSS adalah $Y = 27.298 + 0,327 X1 + -0,215 X2$.

Secara keseluruhan temuan penelitian ini relevan atau sesuai dengan beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya oleh Siti Erna Purnama Wati (2020), Fera Rian Dianingsih (2020) bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh variabel fintech mobile payment dan aplikasi belanja online.

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dinyatakan bahwa penggunaan fintech mobile payment dan aplikasi belanja online telah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi akan berpengaruh negatif apabila mahasiswa tidak dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Faktor tersebut juga sejalan dengan Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Fintech mobile payment memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya peningkatan dikarenakan fintech mobile payment mudah dipelajari, fleksibel serta mudah digunakan. Selain itu fintech mobile payment dapat meningkatkan efektifitas kinerja individu serta bermanfaat bagi individu. Maka dengan hadirnya layanan ini mengubah mahasiswa dalam berkegiatan finansial, bermula dari kebutuhan manusia untuk berbelanja dengan nyaman tanpa harus meninggalkan rumah.)

Aplikasi belanja online tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya jika dilihat dari indicator aplikasi belanja online yang digunakan oleh peneliti yakni kenyamanan belanja, desain situs, informatif, dan keamanan. Maka perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh aplikasi belanja online.

Fintech mobile payment dan aplikasi belanja online secara bersama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya penggunaan fintech mobile payment dan aplikasi belanja online telah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi akan berpengaruh negatif apabila mahasiswa tidak dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Faktor tersebut juga sejalan dengan Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan, terdapat beberapa saran yang dikemukakan diantaranya

Bagi Mahasiswa, Hendaknya perlu memperhitungkan antara faktor kebutuhan dan faktor keinginan dalam melakukan kegiatan pembelian barang atau produk melalui aplikasi belanja online. Selain itu mahasiswa juga dapat melihat kemampuan sendiri dalam memutuskan melakukan transaksi, apalagi seiring dengan perkembangan teknologi yang sudah dipermudah dengan fasilitas digital payment. Sebaiknya mahasiswa semakin bijak dalam menggunakan mobile payment dan aplikasi belanja online tersebut, serta dapat membedakan mana yang menjadi kebutuhan dan mana yang hasrat atau keinginan semata. Maka dari itu sikap berlebihan dan perilaku konsumtif dalam belanja online dapat diminimalisir.

Bagi peneliti selanjutnya, Dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumtif individu. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa selain adalah fintech mobile payment dan aplikasi belanja online, faktor tersebut merupakan keterbatasan peneliti sehingga bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan subjek dan populasi penelitian yang berbeda, variabel penelitian yang berbeda serta metode penelitian yang berbeda dari peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra R & Moningga C. (2012). **Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal**.
<https://journal.ubm.ac.id/index.php/psibernetika/article/download/536/499>
- Agustio M & Linawati N. (2018). **Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior**. SENIMA 3. Universitas Negeri Surabaya.
<http://repository.petra.ac.id/18031/>
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2013). **Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung)**. Jurnal Sosiologi, 72-86.
<https://docplayer.info/49705515-Analisis-sosiologis-perilaku-konsumtif-mahasiswa-studi-pada-mahasiswa-fisip-universitas-lampung-oleh-dewi-aprilia-hartoyo.html>
- Asriati, Nuraini, dkk. 2019. **“Pedoman Penulisan Karya Ilmiah: Skripsi, Tesis dan Artikel Hasil Penelitian”**. Pontianak: Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Tanjungpura.
- Erna S. (2020) **Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa**. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
<http://eprints.ums.ac.id/87687/1/Naspub%20Fera%20edit%20setyo.pdf>

- Davis F. (1989). **Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology**. Management Information Systems Research Center, University of Minnesota. <https://www.jstor.org/stable/249008>
- Filbert M & Wulandari A. (2018). Analisa Penerapan E-Commerce Pada Ukm Keykey Frozen Food Cimahi. e-Proceeding of Applied Science: Vol.4, No.3 Desember 2018. <https://core.ac.uk/download/pdf/299926451.pdf>
- Kasmadi and Nia Siti. (2014). Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Kominfo. (2019). **Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia**. Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Badan Penelitian dan Pengembangan SDM Kementerian Komunikasi dan Informatika. https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_665_3_230
- Noor J. (2016). **Metodologi Penelitian**. Jakarta: Prenadamedia Group
- Novianti A. (2020). Pengaruh Kualitas Website E-Commerce Dan Penggunaan E Payment Terhadap Nilai Bisnis Dengan Kunjungan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/23579/pdf>
- Nur E. (2019). **Pengaruh Onlineshop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Uin Walisongo Semarang**. <http://eprints.walisongo.ac.id/9616/>
- Purwanto, Edy. (2020). **Metode Penelitian Kuantitatif**. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Putrayasa B. (2013). **Landasan Pembelajaran**. Bali: Undiksha Press
- Prasetyo B. (2021). **Transaksi Uang Elektronik Gunakan Dompot Digital Meningkat**. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/752563/transaksi-uang-elektronik-gunakan-dompot-digital-meningkat>
- Rahadi R. (2011). **Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan**. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/index.php/jti/article/download/415/312>
- Rahadi R. (2020). **Financial Technology It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance**. Bogor: PT Filda Fikrindo
- Ratih I. (2020). **Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim**. http://digilib.uinsby.ac.id/39303/3/In%20Ratih%20Ningcahya_G94216170.pdf
- Rian F. (2020). **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di Iain Surakarta**. eprint ums ac id. <http://eprints.ums.ac.id/87687>
- Siwi T. (2019). **Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0**. Jakarta. Mitra Wacana Media.
- Suhartini (2011). **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Secara Online Di Komunitas Kaskus Semarang**. http://eprints.undip.ac.id/29296/1/JURNAL_SKRIPSI.pdf