

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY* TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA FKIP UMSU**

SKRIPSI

*Diajukan guna Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat guna
Mencapai Gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)
Program Studi Pendidikan Akuntansi*

Oleh

ANNISAH BR DAMANIK
NPM. 2102070008



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id**

BERITA ACARA

Ujian mempertahankan Skripsi Sarjana Bagi Mahasiswa Program Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Panitia Ujian Sarjana Strata-1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Jumat, Tanggal 22 Agustus 2025, pada pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai. Setelah mendengar, memperhatikan dan memutuskan bahwa:

Nama : Annisah Br Damanik
NPM : 2102070008
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
FKIP UMSU

Dengan diterimanya skripsi ini, sudah lulus dari ujian Komprehensif, berhak memakai gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd).

Ditetapkan : (**A**) Lulus Yudisium
() Lulus Bersyarat
() Memperbaiki Skripsi
() Tidak Lulus

PANITIA PELAKSANA

Ketua


Dra. Hj. Syamsuyunnita, M.Pd



Sekretaris


Dr. Dewi Kusuma Nst., M.Hum

ANGGOTA PENGUJI:

1. Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si

1. 



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website <http://www.fkip.umsu.ac.id> | mad.fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh mahasiswa dibawah ini:

Nama : Annisah Br Damanik
NPM : 2102070008
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
FKIP UMSU

Sudah layak disidangkan.

Medan,

Disetujui Oleh:
Pembimbing

Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si

Diketahui Oleh:

Dr. H. Syamsuurnita, M.Pd

Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran., M.Si



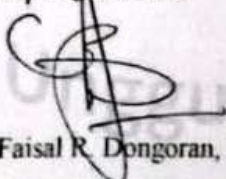
MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Nama : Annisah Br Damanik
N P M : 2102070008
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
5/Mei 2025	Perbaiki nomor urut / turunan Ubah kerangka teori sesuai judul	f	
20/Juni 2025	Perbaiki Pengambilan Sampel Perbaiki Pendekatan Penelitian	f	
25/Juni 2025	Jadual Perencanaan Penelitian diperbaiki Teknik Pengambilan Sampel disesuaikan	f	
16/Jul 2025	Tambahkan teori di latar belakang Sesuaikan kembali Identifikasi Masalah	f	
31/Jul 2025	Sesuaikan Batasan Masalah	f	
4/Agustus 2025	Perbaiki Kuisner data awal Teoritis diperbaiki tambahkan dan ubah	f	
6/Agustus 2025	ACC Sidang meja hja	f	

Diketahui oleh :
Ketua Program Studi


Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Medan, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing


Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bahwa ini:

Nama : Annisah Br Damanik
NPM : 2102070008
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul di atas belum pernah diteliti di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini akan saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempah (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila poin 1 dan 2 di atas saya langgar maka saya bersedia untuk dilakukan pembatalan terhadap penelitian tersebut dan saya bersedia mengulang kembali mengajukan judul penelitian yang baru dengan catatan mengulang seminar kembali.

Demikianlah pernyataan ini saya perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun, dan dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Medan, 7 Agustus 2025

Hormat Saya

.. membuat Pernyataan



METER
TEMPEL

024AMX446955960

Annisah Br Damanik

ABSTRAK

ANNISAH BR DAMANIK, NPM 2102070008, Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei, menggunakan kuesioner dengan skala likert yang disebarakan kepada 80 mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021 yang dipilih secara purposive sampling. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas), serta uji hipotesis (uji-t dan koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU. Pengaruh ini ditandai dengan meningkatnya pengeluaran, pembelian barang-barang yang tidak diperlukan, kesulitan mengendalikan keinginan berbelanja, perilaku boros, dan kecemburuan sosial yang berujung pada pembelian yang bersifat meniru. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa penggunaan E-Money memberikan kontribusi sebesar 49,3% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan E-Money berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU dan memberikan saran agar mahasiswa lebih memperhatikan kebiasaan belanjanya saat menggunakan E-Money. Penelitian di masa mendatang dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif dan memperluas sampel untuk meningkatkan generalisasi.

Kata Kunci: *E-Money*, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa FKIP UMSU.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirobbil'alamin, puji dan syukur kepada Allah SWT., atas berkat dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU”**. Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh ilmu pengetahuan seperti yang sedang kita rasakan saat ini, yang dengan hadirnya penelitian ini semoga menjadi bagian menyampaikan sunnahnya dalam khazanah ilmu pengetahuan. Penelitian skripsi ini dilakukan dengan penuh perjuangan sehingga didalamnya tidak mungkin tidak ada dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moral maupun material, secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh elemen yang terlibat dan terkait baik secara akademis maupun non akademis. Oleh karena itu, sebagai ungkapan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Dra. Hj. Syamsuyurnita, M.Pd selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Dr. Hj. Dewi Kesuma Nasution, S.S., M. Hum selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dr. Mandra Saragih, S.Pd., M.Hum selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Faisal Rahman Dongoran, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa telah membimbing dan mengarahkan penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini dengan baik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Akuntansi dan Staff Biro Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Kepada mahasiswa FKIP UMSU stambuk 2021 yang sudah memberikah waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
9. Terkhusus kepada Ibu dan Ayah (Irna Dachi dan Dedi Harianto Damanik) yang selalu memberikan doa dalam hidup.
10. Teristimewa kepada Murniati Hsb dan A. Kadir Dachi yang membuat penulis merasa menjadi anak bungsu, padahal penulis sebagai cucu.
11. Terimakasih kepada keluarga ibu dan keluarga ayah yang selalu mendukung penulis dalam setiap akademik penulis.
12. Teruntuk VISDIA, salah satu bagian terpenting dalam hidup penulis mulai dari SMP selalu meluangkan waktu untuk bertemu, kumpul dan berbagi cerita. Terimakasih vaula, intan, sari, dwi dan icha jarak yang jauh tidak menghambat persahabatan kita.

13. Terakhir, untuk diri sendiri. Terima kasih Annisah Br Damanik sudah memilih bertahan, mau berjuang untuk tetap ada hingga saat ini, serta menjadi perempuan yang kuat dan ikhlas atas segala perjalanan hidup mengecewakan dan menyakitkan itu. Bagaimana kehidupanmu selanjutnya, hargai dirimu, rayakan dirimu, berbahagailah atas segala proses yang berhasil dilalui untuk masa depan yang lebih baik dan cerah.

Penulis menyadari bahwa belum dikatakan sempurna dalam skripsi penelitian ini karena keterbatasan pengalaman dan kelimuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan skripsi penelitian ini.

Billahi Fi Sabilil Haq, Fastabiqul Kahirat

Wassalamu‘alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

2025

Medan, Agustus

Penulis

Annisah Br Damanik
2102070008

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kerangka Teoretis	11
2.2 Penelitian Yang Relevan	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.4 Variabel dan Definisi Operasional	34
3.5 Instrumen Penelitian	36
3.6 Teknik Analisis Data	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	41
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume dan Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pertanyaan dan Hasil Wawancara Pra Penelitia.....	5
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Jadwal rancangan dan pelaksanaan	29
Tabel 3.2 Tabel Sampel	30
Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel	35
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	36
Tabel 4.1 Kecenderungan Variabel X	41
Tabel 4.2 Kecenderungan Variabel Y	42
Tabel 4.3 Uji Validitas	43
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.5 Uji Normalitas	45
Tabel 4.6 Uji Linieritas	47
Tabel 4.7 Uji T	48
Tabel 4.8 Uji R	48

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan manusia tidak lepas dari aktivitas pemenuhan hidup. Untuk tetap bertahan hidup salah satu alat dibutuhkan adalah uang, dengan uang kebutuhan pokok dan non pokok manusia dapat terpenuhi. Berdasarkan teori John Maynard Keynes yang menyatakan bahwa tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi secara signifikan oleh pendapatan yang mereka peroleh, terutama pendapatan disposabel atau pendapatan setelah dikurangi pajak, di mana uang memiliki peranan yang krusial dalam menentukan besarnya konsumsi.

Tahun 2025 adalah tahun dimulainya sebuah era baru dikenal dengan generasi beta dimana perkembangan teknologi semakin canggih salah satunya berpengaruh terdapat keuangan dimana pada zaman ini pengguna uang secara fisik sudah mulai tergantikan dengan pemanfaat uang non fisik atau uang digital. Uang fisik yang kita kenal dan kita gunakan selama ini seperti uang kertas dan uang logam. Sementara uang non fisik atau uang digital adalah uang yang tidak bisa disentuh secara langsung, seperti uang yang ditabung di bank, simpanan giro, kartu kredit/debit, dan dompet digital yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran resmi non tunai (Puput Tri Komalasari, 2018).

Berdasarkan data kementerian keuangan RI jumlah satker yang telah melakukan DIGIpay atau digital sampai juni 2024 tercatat sebanyak 13.489 satuan kerja atau angka ini setara dengan 70% dari total satuan kerja diseluruh

kementerian/lembaga, jumlah transaksi sekitar 84.000 atau setara dengan total nilai sebesar Rp176 miliar. Dari data diatas menunjukkan bahwa pemerintah serius dalam mendorong penggunaan transaksi digital melalui penerapan sistem non tunai atau cashless.

Pembayaran digital erat kaitannya dengan teknologi keuangan *fintech*. Istilah “teknologi keuangan” atau “*fintech*” mengacu pada perusahaan yang menawarkan teknologi mutakhir di sektor keuangan (Hariani MD et al., 2020). Pemanfaatan teknologi modern telah merambah berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi digital di Indonesia telah mendorong perkembangan di berbagai bidang, mulai dari pendidikan, perbankan, bisnis, pemerintahan, hingga kehidupan pribadi. Aktivitas-aktivitas yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini beralih ke ranah digital. Contohnya dalam kegiatan jual beli barang atau jasa. Di masa lalu, pembeli dan penjual harus bertemu di pasar fisik. Saat ini, pasar telah berubah menjadi format digital yang dikenal sebagai e-commerce, yang dapat diakses oleh siapa saja melalui perangkat digital apa pun yang tersedia (Abdullah & Usman, 2023).

Kehadiran uang elektronik atau *E- Money* di Indonesia telah diatur oleh Bank Indonesia sebagai otoritas yang berwenang. Peraturan Bank Indonesia (PBI) No. 20/6/PBI/2018 menjelaskan bahwa *E-Money* adalah alat pembayaran dengan beberapa karakteristik penting: obligasi ini diterbitkan berdasarkan nilai uang yang disetorkan pemegangnya kepada penerbit. Penyimpanan uang secara elektronik dilakukan di server atau chip. Dapat digunakan untuk

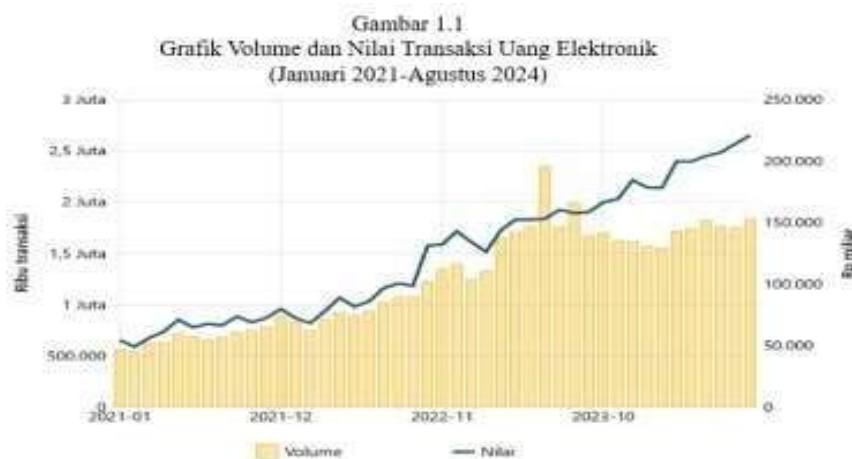
melakukan pembayaran di toko dan pengecer yang berafiliasi dengan penerbit. Perlu ditegaskan bahwa nilai uang elektronik yang disimpan dan dikelola oleh penerbit tidak dianggap sebagai tabungan dalam pengertian Undang-Undang Perbankan. Perkembangan *teknologi finansial (fintech)* telah mengubah lanskap sistem pembayaran secara global, termasuk di Indonesia. Transisi dari transaksi tunai menuju non-tunai semakin pesat, didorong oleh inovasi seperti uang elektronik (*E-Money*).

E-Money telah merambah berbagai sektor, mulai dari belanja kebutuhan sehari-hari, pembayaran transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, biaya tol, hingga berbagai tagihan rumah tangga seperti listrik, air, dan telepon. Bahkan, toko-toko modern seperti supermarket dan minimarket, serta warung makan sederhana pun kini telah menyediakan fasilitas pembayaran dengan emoney sehingga menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi, menjadikannya populer di berbagai kalangan masyarakat, terutama generasi muda dan mahasiswa (Oktarina & Iskandar, 2023).

Penggunaan *E-Money* memiliki potensi pertumbuhan yang berkelanjutan seiring dengan perkembangan teknologi saat ini. Terlebih lagi, berbagai penawaran menarik seperti *cashback*, diskon, dan promosi lainnya semakin mendorong masyarakat untuk menggunakan *E-Money* (Ilmu & Syariah, 2022). Perkembangan *E-Money* di kalangan remaja khususnya, dapat memengaruhi perilaku konsumsi mereka. Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan *E-Money* memberikan akses yang lebih luas bagi konsumen untuk melakukan transaksi keuangan. Menurut data statistik (Databoks, 2021) dalam Gambar 1.1

menunjukkan volume dan nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2021-2024.

Volume transaksi pada tahun 2022 mengalami pertumbuhan yang sangat tinggi dibanding tahun sebelum dan sesudahnya dikarenakan pada masa itu merupakan tahun peralihan pandemi ke endemi. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung melakukan transaksi *E-Money* dengan nilai yang lebih besar dibandingkan sebelumnya. Pertumbuhan di bulan Agustus baik dari segi volume maupun nilai transaksi juga memberikan indikasi positif terhadap tren



penggunaan *E-Money*.

Sumber: Databoks 2024

Mahasiswa termasuk dalam sebuah kelompok masyarakat yang dalam kehidupan sehari-harinya tidak terlepas dari *gadget*, baik untuk penggunaan pribadi, sosial atau pembelajaran (SHELEMO, 2023). Sebagai bagian dari generasi digital *native*, cenderung adaptif atau mudah beradaptasi terhadap teknologi baru, termasuk fasilitas *E-Money* yang bisa diakses dengan *gadget*. Kemudahan yang ditawarkan *E-Money* dalam berbelanja online, membayar

tagihan, dan bertransaksi sehari-hari menjadikannya pilihan yang menarik. Namun, kemudahan ini juga berpotensi memicu perilaku konsumtif yang impulsif. Fitur-fitur promosi, diskon, dan *cashback* yang sering ditawarkan oleh platform *E-Money* dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Berdasarkan penelitian (Abdullah & Usman, 2023) hal ini dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan dan berpotensi mengganggu stabilitas keuangan individu.

Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara stambuk 2021 merupakan mahasiswa dengan tahun kelahiran rentan 2000-2004 yang termasuk kategori generasi Z. Berdasarkan pengamatan awal mahasiswa stambuk 2021 keseluruhannya memiliki gadget pribadi dan pernah menggunakan fasilitas *E-Money*, berikut hasil wawancara dengan mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021 bahwa penggunaan *Money* sangat bermanfaat dan memberikan kemudahan dalam berbagai transaksi pembayaran. Berikut ini data pertanyaan dan hasil wawancara:

Tabel 1.1 Tabel Pertanyaan dan Hasil Wawancara Pra Penelitian

No	Pertanyaan	Hasil				
		Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Saya mengetahui <i>E-Money</i>	1	12	1	1	-
2.	Saya rutin menggunakan <i>E-Money</i>	3	8	-	1	3
3.	<i>E-Money</i> lebih praktis dibanding uang tunai	5	6	-	1	3
4.	Saya suka berbelanja	2	5	3	3	2
5.	Saya rutin membeli barang online	2	8	3	2	-
6.	Saya membeli barang tanpa perencanaan	1	3	6	2	3
7.	Rutin berbelanja tidak sesuai	2	3	3	2	5

	kebutuhan mengakibatkan keuangan tidak stabil					
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil wawancara pra penelitian

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan data bahwa Mahasiswa juga tertarik dengan adanya promo dan diskon yang ditawarkan oleh layanan *E-Money*, yang berdampak signifikan pada keputusan pembelian mereka. Responden merasa promo tersebut memberikan keuntungan besar dalam mendapatkan produk yang diinginkan. Namun, keberadaan diskon dan promosi ini juga dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan berlebihan, tanpa memikirkan kebutuhan pokok.

Dilihat dari sisi positif, terdapat berbagai keuntungan yang didapatkan oleh penggunaan *E-Money*: kemudahan dalam transaksi sehari-hari (tidak perlu uang kembalian), peningkatan keamanan dan kepraktisan (tidak perlu membawa banyak uang tunai), dan kemudahan dalam berbelanja *online*. Dengan berbagai pro dan kontra yang ada, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam tentang penggunaan *E-Money* dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, hal ini menjadi dasar bagi peneliti untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yang akan menjadi identifikasi masalah yaitu:

1. Potensi peningkatan perilaku konsumtif akibat penggunaan *E-Money*.
2. Pengaruh fitur promosi, diskon, *cashback* ditawarkan platform *E-Money*.
3. Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik berkontribusi pada perilaku konsumtif terkait penggunaan *E-Money*.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah, berdasarkan masalah yang telah teridentifikasi, maka peneliti membatasi penelitian hanya pada pengaruh yang ditimbulkan dari point pertama yaitu melihat penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021. Diambilnya point tersebut diharapkan mampu menyelesaikan masalah lain yang teridentifikasi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan keterbatasan masalah diatas, yang akan menjadi rumusan masalah yaitu apakah ada pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah:

1. Perkembangan IPTEK

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi, khususnya terkait

perilaku konsumen, keuangan digital, dan dampak teknologi terhadap perilaku konsumtif.

2. Responden dan Masyarakat

Membantu memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana penggunaan *E-Money* bisa memengaruhi kebiasaan belanja, sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya mengendalikan diri dalam mengelola keuangan pribadi saat menggunakan *E-Money*.

3. Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengasah kemampuan berpikir ilmiah sekaligus mengembangkan dan menerapkan pengetahuan yang dimiliki. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya literatur ilmiah, khususnya mengenai pengaruh *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU, serta menjadi acuan dan dasar bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *E-Money*, perilaku konsumtif, dan literasi keuangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teoretis

I. Uang Elektronik (*E-Money*)

Sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi dan tumbuhnya start-up, perkembangan *E-Money* di Indonesia juga semakin meningkat. Uang elektronik diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2006, namun saat itu masih sedikit perusahaan yang mengadopsinya. Sejak Asosiasi Uang Elektronik Indonesia didirikan pada 2015, kepercayaan masyarakat terhadap uang elektronik melonjak drastis, hingga tercatat 140 perusahaan yang bergerak di bidang ini (OCBC NISP, 2021)

a. Definisi Uang Elektronik (*E-Money*)

Pasal 1 ayat 3 Peraturan BI No. 20/06/PBI/2018 mendefinisikan uang elektronik adalah suatu layanan elektronik yang memfasilitasi penyimpanan data pembayaran, termasuk instrumen pembayaran berupa kartu atau bentuk elektronik lainnya. Layanan ini memungkinkan penyimpanan nilai uang yang telah disetorkan sebelumnya kepada penerbit dan berfungsi sebagai alat pembayaran yang sah. Menurut (Dewi, 2021) uang elektronik berfungsi sebagai instrumen pembayaran elektronik yang diperoleh dengan cara melakukan penyetoran dana awal penerbit secara langsung, melalui jaringan agen yang ditunjuk, maupun melalui pendebitan rekening bank. Dana yang disetorkan tersebut kemudian dikonversi menjadi nilai *E-Money* yang tercatat sebagai satuan Rupiah pada media penyimpanan elektronik. Sedangkan

(Sisilia, 2023) pengertian mengenai *E-Money* sebagai alat pembayaran yang tidak berbentuk fisik kartu kredit atau kartu prabayar yang disimpan dalam media server elektronik, atau kartu chip yang nilai uangnya disimpan di penerbit dan dapat digunakan oleh pengguna untuk melakukan pembayaran non tunai.

Penggunaan *E-Money* memberikan kemudahan, khususnya dalam transaksi bernilai kecil (*micro payment*), karena pengguna tidak perlu menyiapkan uang tunai dalam jumlah tepat. Kehadiran *E-Money* juga diproyeksikan akan mentransformasi industri jasa keuangan di masa yang akan datang dan mempermudah akses terhadap layanan keuangan. Sebagai alternatif pembayaran non-tunai, *E-Money* berpotensi signifikan mengurangi penggunaan uang tunai. Kecepatan dan keamanan transaksi menjadi daya tarik utama, mendukung visi *cashless society*. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah pusat perbelanjaan dan berbagai jenis usaha yang menerima pembayaran non-tunai. Kesamaan perangkat EDC yang digunakan dengan debit juga mempermudah implementasi sistem pembayaran elektronik di *merchant*. Ekspansi *merchant* yang menerima dengan pembayaran uang elektronik sejalan dengan program Gerakan Nasional Non Tunai (GNTT) sebagai inisiasi oleh Bank Indonesia dan pemerintah (Pipit Mulyah, dkk., 2020).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Money* merupakan alat pembayaran yang dananya disimpan dalam media elektronik tertentu atau dompet digital. Sebelum digunakan, pengguna wajib menyetorkan sejumlah

uang kepada penerbit, yang kemudian akan dicatat sebagai saldo dalam dompet elektronik. Saldo ini selanjutnya dapat digunakan untuk berbagai transaksi pembayaran.

Keterkaitan *E-Money* menurut hukum Islam adalah sama dengan penggunaan uang tunai (cash) sebab memberikan manfaat dan tujuan yang sama yaitu sebagai alat transaksi. Maka, hukum penggunaan uang elektronik dalam persepektif Islam ialah halal, setiap transaksi dalam muamalah diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkannya (Shelemo, 2023).

Di zaman sekarang banyak uang elektronik yang mempunyai fitur yang membantu orang-orang yang membutuhkan seperti fitur-fitur yang disediakan di beberapa uang elektronik yang menyediakan charity, Dompet Dhuafa dan Dana Donasi dengan tujuan untuk membantu orang-orang yang membutuhkan dan fitur lainnya. Uang elektronik tidak mengandung unsur-unsur gharar, riba, maisyir dan tadlis, dikarenakan setiap penggunaan dalam transaksi atau menggunakan fitur lain maka saldo yang ada di dalam fintech berkurang sesuai nominal yang digunakan.

b. Bentuk-Bentuk Uang Elektronik (*E-Money*)

Berdasarkan Masa Berlaku Media *E-Money*:

E-Money berdasarkan masa berlaku medianya, *E-Money* dibedakan menjadi dua bentuk yaitu:

Reloadable, menurut surat edaran Bank Indonesia Nomor 11/11DASP bentuk *E-Money* reloadable memungkinkan pengguna untuk mengisi ulang

saldo yang ada di dalamnya. Jika saldo sudah habis terpakai atau masa berlaku kartu/akun telah berakhir, pengguna dapat mengisi ulang kembali *E-Money* sehingga dapat terus digunakan.

Dispoable, yaitu bentuk *E-Money* yang tidak dapat diisi ulang, jika masa berlakunya sudah habis atau nilai *E-Money* sudah habis terpakai, maka media *E-Money* tersebut tidak dapat digunakan lagi untuk dilakukan pengisian ulang.

Berdasarkan Jangkauan Penggunaan:

Menurut Shelemo (2023) *E-Money* berdasarkan jangkauan penggunaannya dibedakan ke dalam dua bentuk yaitu:

Single-Purpose yaitu *E-Money* yang digunakan untuk pembayaran kewajiban yang timbul dari satu jenis transaksi ekonomi. Misalnya, *E-Money* yang hanya bisa digunakan untuk membayar tol atau *E-Money* yang hanya bisa digunakan untuk membayar ongkos angkutan umum.

Multi-Purpose yaitu uang elektronik yang digunakan untuk membayar utang yang timbul dari berbagai jenis transaksi ekonomi. Misalnya, *E-Money* yang dapat digunakan untuk membayar tol, panggilan telepon, transportasi, dan pembelian.

c. Jenis-Jenis Uang Elektronik (*E-Money*)

Bank Indonesia (2020) mengklasifikasikan *E-Money* menjadi dua jenis berdasarkan data identitas penggunanya. Pertama, *E-Money registered* yang mencatat dan menyimpan data pemilik. Kedua, *E-Money unregistered* yang tidak mencatat data pemilik. Walaupun keduanya menawarkan layanan

serupa seperti pengisian saldo (top-up), pembayaran transaksi dan tagihan, serta fasilitas lain yang disetujui Bank Indonesia, terdapat perbedaan signifikan. *E-Money registered* memberikan keuntungan tambahan berupa proses registrasi pemilik yang lebih formal, kemampuan transfer dana antar pengguna, penarikan tunai, dan bahkan akses ke program bantuan pemerintah.

Sedangkan pengelompokan *E-Money* berdasarkan tempat penyimpanan dana menghasilkan terdapat dua jenis. Pertama uang elektronik berbasis kartu atau chip, yang menyimpan nilai dana pada chip yang tertanam di kartu. Kedua *E-Money* berbasis server. Pada jenis ini, dana pengguna disimpan dalam database penerbit. Transaksi dengan *E-Money* berbasis server memerlukan perangkat pengguna sebagai mengirimkan informasi transaksi, seperti nomor sandi dan nominal, serta menerima token sebagai validasi transaksi (Bank Indonesia 2020). Berikut jenis *E-Money* di Indonesia:

Gopay, menurut website resmi Gojek uang elektronik berbasis teknologi finansial yang terintegrasi dengan aplikasi Gojek untuk pembayaran, penggalangan dana, dan investasi. GoPay mendukung pembayaran untuk layanan Gojek, merchant mitra (melalui QRIS), fitur PayLater, dan transfer antar pengguna.

Berikut beberapa jenis *E-Money* di Indonesia:

OVO, berdasarkan informasi dari situs resminya (ovo.id, 2017) OVO menyediakan dua fitur utama: OVO Cash untuk transaksi digital dan OVO Points sebagai program reward. OVO Cash dapat digunakan untuk

pembayaran kebutuhan sehari-hari, sedangkan OVO Points yang diperoleh dari transaksi di *merchant* mitra dapat digunakan kembali sebagai alat pembayaran dengan nilai tukar 1:1 terhadap Rupiah.

DANA, berdasarkan informasi dari Dana.id (2021) Dana adalah platform pembayaran digital yang mengusung sistem *open platform*, sehingga dapat diakses melalui berbagai aplikasi dan digunakan di berbagai *merchant*. Aplikasi ini tersedia untuk perangkat Android dan iPhone, dan diklaim aman karena mengadopsi praktik terbaik dari skala pengguna yang besar di Indonesia dan telah terdaftar serta diawasi oleh Bank Indonesia.

LinkAja, menurut website resmi LinkAja yaitu linkaja.id LinkAja merupakan layanan pembayaran digital berbasis server yang dikelola oleh PT. Fintek Karya Nusantara (Finarya), sebuah perusahaan terdaftar di Bank Indonesia dan berlisensi sebagai penerbit uang elektronik serta penyelenggara layanan keuangan digital sejak 21 Februari 2019.

d. Manfaat dan Indikator Uang Elektronik (*E-Money*)

1. Manfaat Uang Elektronik (*E-Money*)

Menurut Bank Indonesia (2020) menyatakan bahwa dengan perkembangan ekonomi modern menuntut pertukaran barang dan jasa yang lebih efisien dan inovatif, sehingga dibutuhkan media pembayaran yang mendukung hal tersebut. Penggunaan uang tunai mulai menimbulkan masalah, terutama karena tingginya biaya penanganan uang tunai dan rendahnya kecepatan peredaran uang. Sistem pembayaran mikro berkembang pesat di beberapa negara, membutuhkan pemrosesan transaksi

yang relatif cepat karena nilai transaksinya kecil namun volumenya tinggi. *E-Money* hadir sebagai solusi untuk pembayaran mikro, menawarkan proses pembayaran yang efisien, cepat, dan berbiaya rendah. Hal ini dimungkinkan karena nilai uang disimpan di suatu tempat yang dapat diakses dengan cepat, aman, dan murah (Bank Indonesia, 2020).

Kebutuhan akan instrumen pembayaran mikro muncul sebab pembayaran menggunakan instrumen pembayaran yang sudah ada seperti uang tunai, kartu debit, dan kartu kredit menjadi relatif tidak nyaman dan efisien. *E-Money* diharapkan dapat melakukan transaksi pembayaran dengan cepat dan relatif murah karena nilai uang yang disimpan dalam instrumen tersebut umumnya disimpan di lokasi tertentu dan dapat diakses dengan cepat dan mudah metode pembayaran mikro (Bank Indonesia, 2020).

2. Indikator Uang Elektronik (*E-Money*)

Indikator merupakan penanda terjadinya suatu perubahan atau kejadian tertentu. Fungsi dari indikator sebagai alat yang mampu menunjuk adanya perubahan didalam suatu kegiatan dan kejadianb tertentu. Indikator penggunaan *E-Money* adalah sesuatu yang mampu menjadi penanda dari penggunaan *E-Money* serta sebagai alat pengukur penggunaan *E-Money*. Tingkat pemahaman tentang *E-Money* akan menjadi skala dalam kemapuan seseorang mengerti mengerti dan memahami bahwa *E-Money* merupakan alat alternatif pembayaran yang kemudian mampu diartikan dan dimanfaatkan. Sehingga dengan adanya

tingkat pemahaman yang mendalam akan menyadari bahwa penggunaan *E-Money* adalah sebagai alat substitusi atau cara alternatif dalam melakukan transaksi (Shelemo, 2023).

Tingkat pemahaman dapat didapatkan dari pencarian informasi yang lebih dalam mengenai *E-Money*, yang mampu mengukur tingkat penggunaan dari *E-Money* tersebut. Setelah pencarian informasi maka akan ditemukan penyebab dan ketertarikan dalam menggunakan *E-Money* baik itu dari manfaat yang ditawarkannya maupun fungsi dari uang elektronik tersebut. Sehingga terdapat beberapa indikator yang akan menjadi dasar dan sumber pertanyaan yang akan dimasukkan dalam angket yaitu:

Pemahaman tentang arti dan fungsi *E-Money*: Indikator ini mengukur pemahaman pengguna tentang *E-Money*, termasuk cara penggunaan, fungsi utama, definisi *E-Money*, dan tujuan penggunaannya. Pemahaman yang baik diharapkan mendorong penggunaan *E-Money* (Shelemo, 2023). Singkatnya, ini mengukur seberapa paham pengguna tentang apa itu dan untuk apa *E-Money*.

Pencarian informasi tentang uang *E-Money*: Indikator ini mengukur bagaimana pengguna mencari informasi terkait uang elektronik, baik melalui media elektronik, cetak, maupun sumber informasi lainnya. Informasi yang diperoleh diharapkan memengaruhi keputusan penggunaan. Sumber informasi dapat berasal dari faktor eksternal (misalnya, teman, masyarakat) dan internal (misalnya, keluarga, kerabat).

Intinya, ini mengukur bagaimana dan dari mana pengguna mendapatkan informasi tentang *E-Money*.

Penyebab ketertarikan menggunakan *E-Money*: Indikator ini mengidentifikasi alasan yang mendasari minat dan ketertarikan pengguna dalam menggunakan *E-Money* secara berkelanjutan. Alasan tersebut dapat berupa efisiensi, kecepatan, peningkatan produktivitas, dan manfaat lainnya dalam kegiatan sehari-hari. Ringkasnya, ini mengukur mengapa pengguna tertarik dan terus menggunakan *E-Money*.

e. Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik (*E-Money*)

Menurut Bank Indonesia (2022) *E-Money* memiliki beberapa kelebihan yang dapat memudahkan masyarakat dalam menggunakannya diantaranya adalah: (1) *E-Money* memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu membawa uang tunai. (2) Transaksi menggunakan *E-Money* dilengkapi dengan sistem keamanan yang canggih, seperti verifikasi identitas dan enkripsi data, yang mengurangi risiko pencurian uang. (3) Setiap transaksi yang dilakukan tercatat secara otomatis, memudahkan pengguna dalam mengelola keuangan pribadi dan memantau pengeluaran. (4) Dengan sifat cashless, uang elektronik membantu meminimalisir peredaran uang palsu di masyarakat. (5) Banyak penyedia layanan *E-Money* menawarkan berbagai promo dan cashback yang dapat menguntungkan pengguna.

Menurut Bank Indonesia (2022) selain keunggulan *E-Money* juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya adalah: (1) Pengguna harus

bergantung pada perangkat elektronik dan koneksi internet untuk melakukan transaksi, yang dapat menjadi masalah jika terjadi gangguan teknis. (2) Meskipun ada sistem keamanan, *E-Money* tetap rentan terhadap serangan siber, seperti hacking dan penipuan online. (3) Tidak semua merchant menerima pembayaran dengan uang elektronik, terutama di daerah terpencil, yang membatasi penggunaannya. (4) Beberapa layanan *E-Money* mengenakan biaya untuk setiap transaksi, yang dapat mengurangi keuntungan bagi pengguna. (5) Beberapa jenis *E-Money* tidak memungkinkan pengguna untuk menarik saldo dalam bentuk tunai, sehingga pengguna hanya dapat menggunakan saldo untuk bertransaksi.

II. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Konsumen

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, di mana konsumen melakukan aktivitas seperti mencari, meneliti, dan mengevaluasi produk. Perilaku konsumen merupakan dasar bagi keputusan pembelian konsumen. Perilaku konsumen juga mencakup harga suatu produk atau layanan di samping kualitas produk. Apabila harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak memerlukan waktu yang banyak untuk berfikir dan melakukan aktivitas perilaku konsumen. Namun, jika suatu produk atau layanan mahal atau harganya tinggi, konsumen akan berusaha lebih keras untuk mendapatkannya. Pembeli ini akan semakin menunjukkan perilaku konsumen seperti melihat, menanyakan, mengevaluasi, dan mempertimbangkan (Satria et al., 2022).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen

Ada beragam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Ciswati & Septayuda (2023) terkandung empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk.

Faktor Kebudayaan

Budaya merupakan faktor utama yang membentuk keinginan dan perilaku dasar seseorang. Oleh karena itu, para pemasar terus memantau perubahan budaya untuk mengidentifikasi peluang produk baru yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Sub-budaya mencakup unsur-unsur seperti kebangsaan, agama, ras, dan wilayah geografis. Keberagaman sub-budaya ini menciptakan kelompok pasar yang signifikan, sehingga pelaku usaha sering menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka agar sesuai dengan preferensi masing-masing kelompok konsumen.

Kelas sosial tidak hanya ditentukan oleh satu faktor seperti pendapatan, melainkan merupakan kombinasi dari pekerjaan, penghasilan, tingkat pendidikan, kepemilikan aset, dan faktor lainnya.

Faktor Sosial

Kelompok Acuan adalah semua kelompok yang dapat memengaruhi perilaku pembelian seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Keluarga merupakan faktor yang sangat penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen di masyarakat. Anggota keluarga berfungsi sebagai

kelompok acuan utama yang sangat berpengaruh. Dalam kehidupan seseorang, terdapat dua jenis keluarga: keluarga orientasi (yang terdiri dari orang tua dan saudara kandung), serta keluarga prokreasi (yang terdiri dari pasangan hidup dan anak-anak).

Peran Sosial dan Status (Roles and Status), Setiap individu memainkan berbagai peran dalam lingkungan sosialnya, seperti dalam keluarga, kelompok, atau organisasi. Kelompok-kelompok ini menjadi sumber utama dalam membentuk dan menjelaskan norma perilaku. Posisi atau status seseorang dalam setiap kelompok ditentukan berdasarkan peran yang dijalankannya dalam kelompok tersebut.

Faktor Pribadi

Usia dan tahap siklus Hidup, Kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa akan berubah seiring pertambahan usia. Apa yang dibutuhkan saat masih bayi tentu berbeda dengan saat dewasa atau lanjut usia. Selain itu, preferensi terhadap hal-hal seperti pakaian, furnitur, dan aktivitas hiburan juga cenderung dipengaruhi oleh usia.

Pekerjaan dan lingkungan ekonomi, pekerjaan seseorang sangat memengaruhi pola konsumsi mereka. Misalnya, pekerja lapangan akan lebih memilih pakaian kerja, sepatu khusus, dan kotak bekal, sedangkan seorang eksekutif perusahaan kemungkinan besar membeli pakaian formal yang mahal dan sering bepergian menggunakan pesawat.

Gaya hidup, Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang menjalani kesehariannya, mulai dari aktivitas, minat, hingga opini. Gaya hidup

mencerminkan kepribadian seseorang dalam hubungannya dengan lingkungan sosialnya, dan memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dibandingkan hanya melihat dari sisi kelas sosial atau karakter pribadi.

Kepribadian dan konsep diri, setiap individu memiliki kepribadian yang unik, yang akan memengaruhi kebiasaan dan keputusan dalam berbelanja. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang relatif stabil dan membedakan seseorang dari yang lain. Sementara itu, konsep diri terbagi dua: konsep diri ideal, yaitu bagaimana seseorang ingin melihat dirinya sendiri; dan konsep diri sosial, yaitu bagaimana orang lain memandang dirinya.

Faktor Psikologis

Motivasi, Setiap individu memiliki berbagai macam kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, yaitu berasal dari kondisi fisik seperti rasa lapar, haus, atau ketidaknyamanan. Sementara itu, kebutuhan lainnya bersifat psikogenik, yang muncul dari faktor psikologis seperti keinginan untuk diakui, dihargai, atau merasa memiliki. Namun, sebagian besar kebutuhan psikogenik ini sering kali tidak cukup kuat untuk mendorong seseorang bertindak secara langsung.

Persepsi, ketika seseorang termotivasi, ia siap untuk mengambil tindakan. Namun, cara seseorang bertindak sangat dipengaruhi oleh bagaimana ia memandang atau menafsirkan situasi yang dihadapinya.

c. Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Kurniawan (2023), perilaku konsumtif merupakan perilaku yang memiliki kecenderungan untuk menggunakan sesuatu tanpa

membedakan antara keinginan dan kebutuhan yang diindikasikan melalui dorongan hidup mewah dan berlebihan demi memuaskan hasrat pribadi dan kenyamanan fisik perilaku ini tidak didasarkan pertimbangan yang rasional. Perilaku konsumtif ialah sikap orang yang ditunjukkan buat konsumsi dengan cara berlebihan serta tidak terencana kepada pelayanan serta benda yang kurang ataupun tidak dibutuhkan (Paujiah & Ariani, 2023).

Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang lebih mementingkan gaya hidup dan kepuasan semata daripada kebutuhan. Manusia cenderung memiliki sikap atau perilaku seperti itu baik karena suatu produk belum pernah digunakan, seseorang telah menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain atau membeli suatu produk karena diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut (Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, 2022). Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi faktor-faktor sosiologi dalam kehidupannya untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumtif

Sikap atau perilaku konsumtif dapat dipengaruhi baik secara internal maupun eksternal antara lain:

Faktor internal, yang terdiri dari:

Motivasi adalah suatu tindakan ajakan yang digunakan untuk menggambarkan kekuatankekuatan yang terdapat dalam organisme untuk membangkitkan dan mengarahkan perilakunya.

Kepribadian adalah perilaku yang sudah ada pada diri seseorang yang telah menjadi kebiasaan dan tetap ada pada diri seseorang.

Keadaan Ekonomi, memilih dan membeli suatu produk sangat ditentukan oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya lebih hati-hati daripada orang yang memiliki ekonomi tinggi.

Gaya Hidup, berarti suatu konsep konsumsi yang menerapkan pilihan bagaimana individu menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup happy shopping merupakan salah satu konsep atau model gaya hidup yang dianut oleh remaja saat ini, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

Faktor eksternal terdiri atas:

Budaya merupakan suatu bentuk sikap yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam suatu kelompok, baik dalam kelompok besar maupun kelompok kecil.

Kelas Sosial ialah kelompok yang adil dan bertahan lama dalam masyarakat yang terstruktur dalam hierarki dan yang keanggotaannya memiliki sistem nilai, minat, dan sikap yang serupa. Jika kelas sosial terdiri dari anggota yang memiliki kasta-kasta dari yang tinggi sampai bawah, dan biasanya kasta tinggi akan terbentuk sikap konsumtif dalam kelompok tersebut.

Kelompok/Grup Referensi, sekelompok orang dapat mempengaruhi perilaku, pendapat, kebiasaan dan perilaku konsumen. Kelompok atau kelompok referensi membuat seseorang beradaptasi dengan perilaku dan gaya baru dan memengaruhi perilaku seseorang, dan konsep pribadi dan membentuk

tekanan untuk mencari tahu apa yang mungkin memengaruhi pilihan produk dan merek.

2.2 Penelitian Yang Relevan

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
1	I G.N. Okta Ariwansa dan Gde Bagus Surya Jayanatha (2023)	“Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar”	Melalui studi ini, bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa yang baik pada aspek keuangan akan secara signifikan mampu mendorong peningkatan perilaku konsumtif dalam diri mereka. Semakin baiknya pemanfaatan e-wallet dalam melaksanakan transaksi secara signifikan mampu meningkatkan perilaku konsumtif dalam diri mahasiswa. Dan semakin baiknya literasi keuangan dengan semakin baiknya pemanfaatan dompet digital akan meningkatkan perilaku konsumtif.	Perbedaan Penelitian ini meneliti menggunakan variabel (X1) dan (X2) yaitu literasi keuangan dan penggunaan dompet digital, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel (X) yaitu <i>E-Money</i>. Persamaan Penelitian ini sama-sama meneliti variabel (Y) yaitu perilaku konsumtif.
2	Harti Oktarina, dan Andi Arifuddin Iskandara (2023)	“Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Patompo”	Terdapat pengaruh penggunaan e money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 3,33%, dan perilaku konsumtif mahasiswa yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik adalah tidak mempertimbangkan fungsi/kegunaan, mengonsumsi barang secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak ada skala prioritas.	Perbedaan Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Patompo angkatan 2019, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021. Persamaan Penelitian ini memiliki persamaan variabel X dan Y, <i>E-Money</i> dan Perilaku Konsumtif

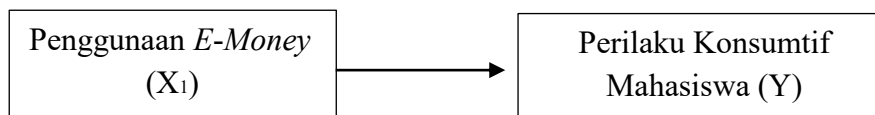
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dan Persamaan
3	Putu Ella Sisilia, Triani Ratnawuri, dan Tiara Anggia Dewi (2023)	“Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro”	Berdasarkan hasil uji hipotesis, diketahui nilai t hitung sebesar $3,453 > t$ tabel yaitu 2,028, dengan demikian hipotesis diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y).	Perbedaan Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa Pendidikan Ekonomi UM Metro angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021. Persamaan Penelitian ini memiliki persamaan variabel X dan Y yaitu <i>E-Money</i> dan Perilaku Konsumtif
4	Muhamad Iqbal (2023)	Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Banda Aceh)	Hasil penelitian ini adalah penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa atau dengan kata lain penggunaan uang elektronik mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 44,8% sedangkan sisanya, yaitu 55,6%% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian seperti gengsi, lingkungan dan lain sebagainya.	Perbedaan Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa kota Banda Aceh, sedangkan penelitian yang akan dilakukan yaitu mahasiswa FKIP UMSU. Persamaan Penelitian ini memiliki persamaan variabel X dan Y yaitu <i>E-Money</i> dan Perilaku Konsumtif

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual suatu penelitian adalah suatu model konseptual yang menunjukkan hubungan logis antara faktor/variabel yang telah diidentifikasi penting untuk menganalisis masalah penelitian (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Pada penelitian variabel independennya adalah penggunaan *E-Money* sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif mahasiswa. Uang

elektronik menawarkan beberapa fitur yang membuat transaksi lebih efektif dan efisien dibandingkan transaksi tunai. Fitur-fitur yang ditawarkan uang elektronik berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif karena kemudahan dan efisiensi pembayaran. Cukup dengan *smartphone*, pengguna dapat dengan mudah melakukan transaksi, termasuk pembelian barang-barang bermerek atau yang sedang tren. Kemudahan ini dapat mendorong pengguna ke perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif (tanpa perencanaan), pemborosan, dan pembelian yang didasari oleh kesenangan semata, bukan kebutuhan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka kerangka konseptual yang bisa digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan sebagai jawaban yang bersifat sementara yang kebenarannya masih diuji atau rangkuman simpulan yang bersifat teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka, penelitian terdahulu dalam penelitian ini (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Berdasarkan kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU

Ha: Terdapat pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FKIP UMSU

Dari hipotesis tersebut, jika terdapat hubungan positif antara penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif maka Ha diterima dan Ho ditolak.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner skala likert. Jenis penelitian ini yaitu survei, yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai sarana utama pengumpulan data (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Pendekatan kuantitatif skala likert dipilih untuk penelitian ini karena memenuhi kriteria ilmiah, yaitu konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk angka yang dianalisis secara statistik.

Survei yang digunakan adalah survei deskriptif korelasional yang menjelaskan dan mengetahui hubungan (korelasi) antara dua atau lebih variabel, tanpa memberikan perlakuan atau eksperimen pada subjek yang diteliti.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara 20238.

2. Waktu Penelitian

Adapun jadwal dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Desember 2024 sampai dengan Juli 2025

Tabel 3.1 Jadwal rancangan dan pelaksanaan penelitian

Uraian Kegiatan	Bulan																							
	Des 2024			Jan 2025				Feb 2025				April 2025				Mei 2025				Juni 2025				
	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Pengajuan Judul																								
ACC Judul																								
Penyusunan proposal																								
Seminar proposal																								
Riset/ Penelitian																								
Pengolahan data penelitian																								
Analisis data																								
Kesimpulan																								

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian mulai dari makhluk hidup, benda, gejala, nilai tes, atau peristiwa sebagai sumber data yang mewakili karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FKIP UMSU angkatan 2021 yang terdiri dari 7 program studi dengan jumlah keseluruhan 391 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai keterbatasan

dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Menurut Ph.D. Ummul Aiman et al (2022) teknik pengambilan sampel non-probabilistik, di mana peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok yang dianggap paling sesuai atau relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini kriteria yang diambil dalam menentukan sampel yaitu mahasiswa aktif FKIP UMSU angkatan 2021, sudah menggunakan *E-Money* secara rutin minimal 1 bulan terakhir, bersedia mengisi kuesioner dengan jujur. Berikut tabel 3.2 data sampel yang sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan.

No	Nama Mahasiswa	K1	K2	K3	No.	Nama Mahasiswa	K1	K2	K3
1	Noviandani	✓	X	X	197	Aulia Dinda Pratiwi	✓	X	X
2	Nadia Wulandari	✓	✓	✓	198	Rita Andini	✓	✓	✓
3	Ulfani	✓	✓	X	199	Rahmadina Siregar	✓	✓	X
4	Aula Nazwa	✓	✓	✓	200	Elvina Syavhira	✓	X	✓
5	Aisyah Putri	✓	X	✓	201	Cut Nur Aini	✓	✓	X
6	Lisma Nizar	✓	✓	X	202	Cut Fathimah Nur	✓	X	✓
7	Muhammad Rifki	✓	✓	✓	203	Nadia Humaira	✓	✓	X
8	Desi Anjani	✓	✓	✓	204	Fadillah Ramadhani	✓	X	✓
9	Vicki Maharani	✓	✓	X	205	Cut Maylida	✓	X	✓
10	Kamaliah	✓	X	✓	206	Isra Yumintan	✓	X	✓
11	Nova Amalia Br.S,Meliala	✓	✓	✓	207	Dwi Putri Yanti	✓	✓	X
12	Suaidah Lubis	✓	✓	✓	208	Nur Khoiroh	✓	X	✓
13	Devi Oktapiani	✓	X	X	209	Nurul Faiza	✓	✓	X
14	Dilla Eka Putri	✓	✓	✓	210	Dinda Nurlili	✓	X	X
15	Alya Zahra Zulkifli	✓	X	X	211	Muhammad Arifin	✓	✓	✓
16	Zaki Andriyan Zunaedy	✓	X	✓	212	Aulya Rahmi	✓	✓	X
17	Adinda Ramadhani	✓	✓	X	213	Sintia Hafipa	✓	X	✓
18	Fachmi Idris Suhada	✓	X	✓	214	Nahrul Hayat	✓	X	X
19	Fitri Jasmin Samaria	✓	✓	X	215	Enny Supriyanti	✓	✓	X
20	Nova Pebriani Lubis	✓	✓	X	216	Febyola Nabila	✓	✓	X
21	Desy Wulanda Sari	✓	X	✓	217	Rizka Indriani	✓	✓	X
22	Sarina Ayu	✓	✓	✓	218	Devia Alfriana	✓	X	✓
23	Rahma Eka Nabila	✓	X	✓	219	Elia Tanata	✓	X	✓
24	Maghfira Fitria Rahmah	✓	✓	✓	220	Nurdilla	✓	X	X
25	Wirda Hayani	✓	✓	✓	221	Miftahussudur	✓	X	✓
26	Mulyana Mei Fani	✓	X	✓	222	Riri Fadiyah	✓	✓	X
27	Azrina Wulan Dari	✓	X	✓	223	Muhammad Bagus	✓	X	✓
28	Kajelia Ritonga	✓	✓	X	224	Elvina Azaria	✓	✓	✓

29	Lediya Lestari Hutabarat	✓	X	✓	225	Mila Wati Dalimunt	✓	✓	✓
30	Anggi Rapi Lestari	✓	✓	✓	226	Zaliyanti Dila Putri	✓	X	X
31	Shakila Chairani	✓	✓	X	227	Nur Sri Amaya	✓	X	✓
32	Chika Chairunnisa	✓	✓	✓	228	Jesica Br Marbun	✓	✓	X
33	Aiga Tania Harti	✓	X	✓	229	Monajar	✓	✓	X
34	Parika Rahayu	✓	✓	X	230	Tri Inggi Pratiwi	✓	✓	X
35	Intan Suci Anggraeni	✓	X	✓	231	Mutia Ramadhani	✓	X	✓
36	Dela Pebriyanti	✓	X	✓	232	Nur Maini Harahap	✓	X	✓
37	Ayu Wardani	✓	✓	✓	233	Tsabitah Humairah	✓	✓	X
38	Annisa Arianti	✓	✓	X	234	Khayla Anastasya	✓	X	✓
39	Zafira Alya Nazwa	✓	X	✓	235	Sayma	✓	✓	X
40	Sylvi Agustin	✓	✓	✓	236	Putri Humairo	✓	X	✓
41	Yayang Yasinta	✓	✓	✓	237	Maulinda	✓	✓	X
42	Septi Anggraini	✓	✓	X	238	M Hablul Fahri	✓	X	✓
43	Dewi Angraini Nasution	✓	✓	✓	239	Rani Juwita	✓	✓	✓
44	Mukminatu Nurul Hidayah	✓	X	✓	240	Nurmayasari	✓	✓	✓
45	Heca Pratiwi	✓	✓	X	241	Aisyah Balqish	✓	X	✓
46	Enika Sri Ita Sembiring	✓	X	✓	242	Andryana	✓	✓	X
47	Seri Murtabat Siregar	✓	✓	✓	243	Rindiani	✓	X	✓
48	Weni Indria Ningsi	✓	✓	X	244	Nikma Sari	✓	X	✓
49	Khairuni Afriza	✓	X	✓	245	An Nisa Febrianti	✓	✓	X
50	Siti Nurhaliza	✓	✓	X	246	Siti Mahrani	✓	X	✓
51	Siti Mawaddah Hasibuan	✓	X	✓	247	Vivi Audya Utami	✓	✓	X
52	Dwi Fadillah Rahma	✓	X	✓	248	Yoshi Alvionita	✓	X	✓
53	Vina Fauziah Harahap	✓	✓	X	249	Putri Widya Auliya	✓	✓	X
54	Hasnul Maafi Pinem	✓	✓	X	250	M.Ikhwan Jubaidi	✓	X	✓
55	Nadra Puspita	✓	X	✓	251	Putri Annisa	✓	✓	X
56	Ilma Tiyana	✓	X	✓	252	Shania Dewi Agitta	✓	X	✓
57	Uswatun Hasanah	✓	✓	X	253	Zahrofa El Ajilah	✓	✓	X
58	Mutiara Annisa	✓	X	✓	254	Aghniya Elmi	✓	X	✓
59	Nur Indah Febriani	✓	✓	X	255	Amanda Sukmawati	✓	✓	X
60	Reena Dwi Rizki Sihite	✓	X	✓	256	Nopa Pade	✓	X	✓
61	Sella Gustrinita	✓	✓	✓	257	Latifah Husna	✓	✓	X
62	Dinda Utami	✓	✓	✓	258	Khairani	✓	X	✓
63	Kharisma Dwi Yuliani	✓	✓	✓	259	Rezki Sukmawati	✓	✓	X
64	Alya Rahma Sitorus	✓	✓	X	260	Nofri Pasona	✓	✓	✓
65	Ilham Umair	✓	X	✓	261	Darwin Suganda	✓	X	✓
66	Alvina Nur Amelia	✓	✓	X	262	Randina Safitra	✓	✓	X
67	Mouly Ananda	✓	✓	X	263	Maylaffaiza	✓	✓	✓
68	Latifah	✓	X	✓	264	Rifki Hamdani	✓	X	✓
69	Musyriyah Fitri	✓	✓	✓	265	Jessyca Fiolita	✓	✓	X
70	Yulia Inasha	✓	✓	✓	266	Mita Felisa	✓	✓	✓
71	Aldi	✓	X	✓	267	Dinda Ramadhani	✓	✓	X
72	Giwa	✓	✓	X	268	Natama Humairah	✓	✓	X
73	Izza Fadhila Nasution	✓	✓	✓	269	Rani Syafitri	✓	X	✓
74	Dira Dzulistia Lubis	✓	✓	✓	270	Indah Lestari	✓	✓	X
75	Puspita Dewi	✓	✓	X	271	Naila Zuhra	✓	✓	X
76	Fahmi Aliyah	✓	X	✓	272	Dian Angelina	✓	✓	✓
77	Suci Rahmadani Chaniago	✓	X	✓	273	Normalisa Nasution	✓	✓	X
78	Putri Sakinah Siregar	✓	X	✓	274	Yasri Hannisyah	✓	X	✓
79	Sa'diyah Anggraini	✓	✓	X	275	Feby Sulastri	✓	✓	X

80	Mega Intan Permata Sari	✓	✓	X	276	Dewi Pujiawati	✓	✓	✓
81	Amalia Arum Dila	✓	X	✓	277	Rismauli	✓	X	✓
82	Amalia Amandha	✓	✓	X	278	Mhd Azlan	✓	✓	X
83	Pretty Sanjuari Lubis	✓	X	✓	279	Wahyu Riski	✓	X	✓
84	Maulidhia Safitri	✓	X	X	280	Yunisra	✓	✓	✓
85	Della Arsita Simatupang	✓	X	X	281	Putri Mei Lani Ayu	✓	✓	X
86	Prillya Komala Putri	✓	X	✓	282	Bella Syahputri	✓	✓	✓
87	Dilla Permata Anggi	✓	X	X	283	Dela Putri Tania	✓	✓	✓
88	Widya Arla	✓	X	✓	284	Kristiani Simamora	✓	✓	X
89	Luthfina Ridzki	✓	✓	X	285	Cinta Andini Lubis	✓	✓	X
90	Anisa Putriana	✓	X	✓	286	Iyola Hermanika	✓	X	✓
91	Rizky Ananda	✓	✓	X	287	Sri Wahyuni	✓	✓	X
92	Nadia Maulida	✓	X	✓	288	Intan Agustina	✓	X	✓
93	Salsabillah Audrey	✓	✓	✓	289	Bella Yunita	✓	✓	X
94	Vivin Arvina	✓	✓	✓	290	Nila Ayunda	✓	✓	X
95	Chairunnisa Ananda	✓	✓	✓	291	Tio Hanif Sihotang	✓	X	✓
96	Aprilia Nola Linga	✓	X	✓	292	Alda Elfiyana Dwiyantri	✓	✓	✓
97	M. Lutfi Fahrezi	✓	✓	X	293	Aji Joko Sutrisno	✓	✓	X
98	Jenisya Wulandari	✓	X	✓	294	Irianti Yuliana	✓	X	✓
99	Nurhafizah Hafni	✓	X	✓	295	Liberti Sitompul	✓	✓	X
100	Devi Maisyaroh	✓	✓	X	296	Ariza Furaiza	✓	X	✓
101	Annisa Rana	✓	X	✓	297	Suri Anggriani	✓	✓	X
102	Kesuma Dwi Tantri	✓	X	✓	298	Kori Nadilla	✓	✓	X
103	Sinta Wulandari	✓	✓	X	299	Safrita Kurnia Agustin	✓	✓	✓
104	Rizky Nanda Arwana	✓	X	✓	300	Putry Cecilia	✓	✓	✓
105	Nurul Adha	✓	X	✓	301	Annisah Br Damanik	✓	✓	X
106	Indira Amanda	✓	X	✓	302	Muhammad Hafiz	✓	X	✓
107	Aqilah Adibah Larasati	✓	X	✓	303	Violla Pratiwi	✓	✓	X
108	Putri Wulandari	✓	✓	X	304	Putri Syifa	✓	✓	✓
109	Mey Suryani Sukamto	✓	X	X	305	Anisa	✓	✓	✓
110	Kemal Fauzi Gaja	✓	X	✓	306	Putri Sri Rahayu	✓	✓	X
111	Iffada Hayu Dianis	✓	X	✓	307	Yunita Febriani	✓	✓	X
112	Maya Sirah	✓	X	✓	308	Annisakhelmi	✓	X	✓
113	Maulyda Syita Ritonga	✓	✓	X	309	Saskia Tiara Ulfa	✓	X	✓
114	Anggi Sembiring	✓	✓	X	310	Suyatno	✓	✓	✓
115	Rojuleini Matyuda Lestari	✓	X	✓	311	Indis Muslikha	✓	✓	X
116	Indah Setiawani	✓	✓	X	312	M.Fikri Arif	✓	✓	✓
117	Julia Bilqis Ulyana	✓	X	✓	313	Evi Indiani	✓	✓	X
118	Harisya Subhi	✓	✓	X	314	Wulan Syahfitri	✓	X	✓
119	Rainy Adhelia Nasution	✓	✓	✓	315	Winda Puspita	✓	✓	X
120	Anisa Amanda	✓	✓	✓	316	Nurpadillah	✓	X	X
121	Syifa Ananda	✓	X	✓	317	Cania Henfaridja	✓	✓	X
122	Khairiyah Nur Hasanah	✓	X	X	318	Adinda Khairunnisa	✓	✓	X
123	Winda Agustin Ananda	✓	X	✓	319	Syifa Shabrina	✓	X	✓
124	Belva Icasia Harahap	✓	✓	X	320	Ataillah Calista	✓	✓	X
125	Indria Febriani	✓	X	✓	321	Thalya Marcanda	✓	✓	✓
126	Syabhina Marwah	✓	✓	X	322	Luthfiah Putri	✓	✓	✓
127	Anisa Putri Maharani	✓	X	X	323	Nurul Sofyra	✓	X	X
128	Ila Nurhidayah Nasution	✓	X	✓	324	Sausan Sabila	✓	✓	X
129	Redintha Naiaka	✓	✓	X	325	Nadila Natasya	✓	✓	✓
130	Auliapanany	✓	✓	✓	326	Heny Ristianty	✓	✓	✓

131	Nabilla Aprilia S	✓	✓	✓	327	Cantika	✓	X	✓
132	Ekinia Tiani Natasya	✓	✓	✓	328	Nala Putri Deli	✓	X	✓
133	Inggit Salsabila	✓	X	✓	329	Putri Bayat	✓	X	X
134	Maghfiro Azzahro Izaura	✓	✓	X	330	Melina Putri	✓	X	✓
135	Tia Fahdila	✓	X	✓	331	Fasya Putri	✓	✓	X
136	Novita Anggraini	✓	X	✓	332	Uswatun Hasanah	✓	✓	✓
137	Lailan Auliya	✓	X	✓	333	Rahmi Namira	✓	✓	✓
138	Anindi Rizqia Syafitri	✓	✓	X	334	Pratiwi Ning Dea	✓	✓	X
139	Eka Pamela	✓	X	✓	335	Salsabila Syafa'	✓	X	✓
140	Annisya A. Alafanta	✓	✓	X	336	Nabilla Cintani	✓	✓	X
141	Aulia Rahman Habibi	✓	✓	✓	337	Keyti Endhita	✓	X	✓
142	Windi Andriani	✓	✓	✓	338	Josua Kurniawan	✓	✓	X
143	Wardah Nurfadhilla	✓	✓	X	339	Anisa Novitri Sari	✓	✓	✓
144	Nadia	✓	✓	X	340	Fathul Muntasir	✓	X	✓
145	Deli Wulandari	✓	X	✓	341	Della Puspita	✓	✓	✓
146	Siti Mawaddah Maulidia	✓	X	✓	342	Novia Lestari P.A	✓	X	✓
147	Nurazza Waaini	✓	✓	X	343	Angellia Bheriani	✓	✓	X
148	Syukri Annisa Pasaribu	✓	X	✓	344	Nazwa Aulia	✓	X	X
149	Dinda Nurhasanah	✓	✓	X	345	Syifani Shafiqah	✓	✓	✓
150	Muthya Suryani Marbun	✓	X	✓	346	Nabila Putri	✓	X	X
151	Wahyuti Situmeang	✓	✓	✓	347	Nur Balqies Sani	✓	✓	X
152	Nur Balqis Hummaira	✓	✓	✓	348	Annida Adhwa	✓	✓	✓
153	Rifa Gustri Rahayu	✓	X	✓	349	Silvi Ayu Mandira	✓	X	✓
154	Rika Puspaliani Zebua	✓	X	✓	350	Bimanda	✓	✓	X
155	Diana Syafitri	✓	X	✓	351	Salsabila	✓	✓	✓
156	Tiara Azhar	✓	✓	X	352	Putri Nabila	✓	X	✓
157	Della Irbiyanti	✓	✓	X	353	Dzaky Hadiatha	✓	X	X
158	Ayu Fitriani Hasibuan	✓	X	✓	354	Sarah Asyraf	✓	✓	✓
159	Fadillah Az-Zahra	✓	✓	X	355	Ibnu Musnandar	✓	✓	X
160	Khairunnisa Nasution	✓	X	X	356	Mutia Wanissa	✓	✓	✓
161	Rizky Andini Aulia	✓	✓	X	357	Calvin Putra Siregar	✓	X	X
162	Puti Nilam Sari	✓	✓	✓	358	Febrina Dwi Kartika	✓	✓	✓
163	Husna Adelia	✓	✓	✓	359	Zafira Alya Nazwa	✓	✓	X
164	Dira Fazira	✓	✓	X	360	Sylvi Agustin	✓	✓	✓
165	Ghassani Najwa Siesfa	✓	✓	X	361	Yayang Yasinta	✓	X	X
166	Ummi Amila Sholiha	✓	X	✓	362	Septi Anggraini	✓	✓	X
167	Rizka Amalia	✓	✓	X	363	Siti Nurhaliza	✓	✓	✓
168	Muhammad Rizki	✓	✓	X	364	Siti Mawaddah	✓	✓	✓
169	Adek Kesuma Ningrum	✓	X	✓	365	Dwi Fadillah Rahma	✓	X	✓
170	Widya Anggraini	✓	✓	X	366	Vina Fauziah	✓	X	X
171	Ziana Zahra Fadilah	✓	✓	X	367	Rahma Khairunissa	✓	✓	✓
172	Tetty Lestari Pasaribu	✓	X	✓	368	Nadra Puspita	✓	X	✓
173	Fitri Handina Dongoran	✓	✓	X	369	Ilma Ti yana	✓	✓	✓
174	Affina Meilan Sari	✓	✓	X	370	Uswatun Hasanah	✓	✓	X
175	Sayla Baqdain Abil	✓	X	✓	371	Mutiara Annisa	✓	✓	✓
176	Namira Anjani	✓	X	X	372	Nur Indah Febriani	✓	X	✓
177	Yuni Tri Asnani	✓	✓	✓	373	Reena Dwi Rizki	✓	X	X
178	Regita Azzahra Gultom	✓	X	✓	374	Sella Gustrinita	✓	✓	X
179	Fitri Arisanti	✓	X	✓	375	Kharisma Dwi	✓	X	✓
180	Rahmad Muliadi	✓	✓	X	376	Alya Rahma Sitorus	✓	X	X
181	Putri Viona	✓	✓	X	377	Ilham Umair	✓	X	X

182	Widya Febri Yanti	✓	X	✓	378	Alvina Nur Amelia	✓	X	✓
183	Anggia	✓	✓	X	379	Dinda Annisya	✓	X	✓
184	Siti Aisyah	✓	X	✓	380	Zuhayr Raditya	✓	✓	X
185	Monica Putri Harahap	✓	✓	X	381	Nadya Safitri	✓	✓	X
186	Desi Rama Safitri	✓	X	✓	382	Mouly Ananda	✓	✓	X
187	Fadillah Safitri	✓	✓	X	383	Latifah	✓	✓	X
188	M.Zulham Lubis	✓	X	✓	384	Musyrifah Fitri	✓	X	✓
189	Hasan Basri	✓	✓	X	385	Yulia Inasha	✓	✓	X
190	Husin Tamrin	✓	X	✓	386	Izza Fadhila Nst	✓	✓	X
191	Della Novita Sari	✓	✓	X	387	Dira Dzulistia Lubis	✓	X	✓
192	Siska Maharani	✓	X	✓	388	Puspita Dewi	✓	✓	✓
193	Nur Chairah	✓	✓	X	389	Fahmi Aliyah	✓	X	✓
194	Qahira Madani S	✓	✓	✓	390	Heca Pratiwi	✓	X	✓
195	Wafiq Azizah	✓	✓	✓	391	Enika Sri Ita	✓	✓	X
196	Jihan Fairuz Qolbi	✓	✓	✓					

Berdasarkan tabel diatas sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan sebanyak 80 sampel/mahasiswa.

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang dapat memiliki nilai yang berbeda-beda atau menimbulkan variasi. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bes) dan variabel dependen (terikat).

a. Variabel Independen (X): Penggunaan *E-Money*.

Variabel ini merupakan faktor yang memengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah penggunaan *E-Money*, yang artinya sebagai alat pembayaran elektronik yang nilainya diperoleh dengan cara menyetor uang terlebih dahulu kepada penerbit atau melalui pendebitan rekening bank. Nilai uang tersebut kemudian direpresentasikan dalam media *E-Money* dan dinyatakan dalam satuan Rupiah (Rp). *E-Money* digunakan untuk transaksi pembayaran atau

pembelian dengan cara mengurangi nilai uang secara langsung pada media tersebut.

b. Variabel Dependen (Y): Perilaku Konsumtif.

Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif merupakan variabel dependen, yang didefinisikan sebagai keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan demi mencapai kepuasan maksimal.

2. Operasional Penelitian

Operasional variabel merupakan penjelasan rinci bagaimana suatu variabel diukur atau diamati dalam penelitian (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022).

Tabel 3.3 Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Penggunaan <i>E-Money</i> (X1)	• Pemahaman arti dan fungsi uang elektronik • Mencari informasi mengenai uang elektornik • Mengetahui penyebab dalam ketertarikan menggunakan uang elektronik.	Likert
2	Perilaku Konsumtif (Y)	• Pembelian secara impulsif • Pemenuhan keinginan • Pembelian yang didasarkan mencari kesenangan	Likert

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan dan mengukur data suatu penelitian. Alat ini dapat berupa kuesioner, angket, atau metode lain yang membantu peneliti mendapatkan informasi yang diperlukan. Dalam penelitian ini menggunakan angket, untuk mempermudah penyusunan instrumen penelitian ini, maka berikut kisi-kisi instrumen yang mengacu pada kriteria berikut.

Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Butir Instrumen
1	Penggunaan <i>E-Money</i> (X1)	• Pemahaman arti dan fungsi uang elektronik	1,2,3,4
		• Mencari informasi mengenai uang elektornik	5,6
		• Mengetahui penyebab dalam ketertarikan menggunakan uang elektronik.	7,8,9,10
2	Perilaku Konsumtif (Y)	• Pembelian secara impulsif	11,12,13,14
		• Pemenuhan keinginan	15,16,17,18
		• Pembelian yang didasarkan mencari kesenangan	19,20
TOTAL			20

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, Ph.D. Ummul Aiman et al (2022) menyatakan teknik analisis data merupakan metode untuk mengolah sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut dapat menjadi mudah dipahami dan juga untuk menemukan solusi permasalahan, terutama pada masalah yang tentang sebuah penelitian.

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tujuan pengujian validitas adalah untuk menentukan apakah kuesioner yang digunakan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur dengan (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022).

Uji validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan metode analisis korelasi pearson, yaitu dengan mengorelasikan skor setiap butir pertanyaan (item) dengan skor total kuesioner. Signifikansi pengujian ditentukan dengan membandingkan nilai korelasi hitung (r hitung) dengan nilai korelasi tabel (r tabel) pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi (two-tailed). Kriteria validitasnya adalah: jika r hitung bernilai positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel ($r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$), maka item tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$), maka item tersebut dinyatakan tidak valid dan harus dihilangkan atau tidak diikutsertakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kemampuan alat ukur untuk hasil yang sama bila diterapkan pada waktu yang berbeda. Tentu saja tidak mungkin hasil yang sama akan diberikan setiap waktu karena perbedaan pada saat alat ukur diterapkan, serta perubahan populasi dan sampel (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas kuesioner dilakukan menggunakan SPSS versi 25 dengan metode *Cronbach Alpha*,

dengan batasan nilai 0,6 untuk menentukan reliabilitas kuesioner. Kuesioner dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*-nya 0,6 atau lebih.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam model regresi bertujuan memeriksa apakah nilai residual (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi model) terdistribusi secara normal atau tidak. Dengan kata lain, uji ini digunakan untuk memastikan bahwa kesalahan model regresi tersebar secara acak di sekitar garis regresi dan mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas akan dilakukan Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Lilliefors (*Kolmogorov Smirnov*) dengan membaca nilai Sig (signifikansi). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga uji statistik nonparametrik harus digunakan. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal (Ph.D. Ummul Aiman et al., 2022).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan menentukan apakah terdapat hubungan linear antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Uji linieritas umumnya ialah syarat penting sebelum menggunakan metode regresi linear. Dalam penelitian ini, uji linieritas dilakukan dengan menggunakan SPSS melalui

Test for Linearity pada tingkat signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan linear jika nilai signifikansi (*deviation from linearity*) lebih besar dari 0,05, dan informasi ini dapat dilihat pada tabel ANOVA.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial t adalah pengujian untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel penjelas secara individual untuk menerangkan variasi keterkaitan variabel, dan juga membandingkan nilai statistik dengan titik kritis menurut table, apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibanding t tabel, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Teknik uji t ini digunakan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikannya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan (α) < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan (α) > 0,05. Kriteria yaitu:

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Jika tingkat signifikan < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima

- Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Determinasi (R^2)

Ada beberapa teknik statistik untuk menganalisis hubungan antar variabel, salah satunya adalah koefisien determinasi. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar kontribusi atau sumbangan variabel independen (X) terhadap variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus:

$$K D = (r)^2 \times 100\%$$

di mana:

- KD adalah Koefisien Determinasi
 - r adalah Koefisien Korelasi antara variabel X dan Y

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, tanggapan responden terhadap kuesioner diukur menggunakan skala Likert 5 poin, di mana skor 5 menunjukkan sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 netral, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju.

1. Kecenderungan Variabel Penelitian

a. Kecenderungan Variabel Pengguna *E-Money* (X)

Dalam variabel penggunaan *E-Money* (X) terdapat 10 pernyataan. Diantara hasil tanggapan responden dari masing-masing pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.1. kecenderungan variabel X.

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	Rerata
1	Saya mengetahui bahwa <i>E-Money</i> adalah alat pembayaran non-tunai	38	32	9	1	0	4,34	4,01
2	Saya tahu bahwa <i>E-Money</i> dapat diisi ulang	34	35	10	1	0	4,28	
3	Saya merasa <i>E-Money</i> memudahkan transaksi sehari-hari saya.	28	29	19	4	0	4,01	
4	Saya merasa <i>E-Money</i> lebih aman daripada membawa uang tunai dalam jumlah besar.	27	28	21	4	0	3,98	
5	Saya mencari informasi tentang <i>E-Money</i> untuk mengetahui promo atau diskon yang ditawarkan.	15	37	25	3	0	3,80	
6	Saya jarang atau hampir tidak pernah mencari informasi tentang <i>E-Money</i> .	27	22	22	7	2	3,81	
7	<i>E-Money</i> memudahkan saya untuk melakukan transaksi online.	33	30	15	1	1	4,16	
8	Penggunaan <i>E-Money</i> lebih cepat dibandingkan transaksi tunai.	31	29	17	2	1	4,09	
9	Saya merasa lebih modern dengan menggunakan <i>E-Money</i> .	21	41	15	3	0	4,00	
10	Risiko kehilangan uang dengan <i>E-Money</i> lebih kecil.	15	29	26	8	2	3,59	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel penggunaan *E-Money* (X) adalah 4,01. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 10 (sepuluh) pernyataan adalah pada pernyataan pertama yaitu “Saya mengetahui bahwa *E-Money* adalah alat pembayaran non-tunai” dengan rata-rata sebesar 4,34. Sedangkan pernyataan bernilai rendah adalah pada pernyataan kesepuluh yaitu “Risiko kehilangan uang dengan *E-Money* lebih kecil” dengan rata-rata 3,59.

b. Kecenderungan Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Pada variabel perilaku konsumtif (Y) terdapat 10 pernyataan. Diantara hasil dari tanggapan responden dengan masing-masing pernyataan dapat dilihat pada Tabel 4.2. kecenderungan variabel Y.

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Rata-Rata	Rerata
1	Saya sering membeli sesuatu tanpa merencanakannya terlebih dahulu.	10	30	28	9	3	3,44	
2	Saya sering merasa menyesal setelah melakukan pembelian yang tidak direncanakan.	14	30	25	10	1	3,58	
3	Saya sering menghabiskan uang lebih banyak dari yang saya rencanakan saat berbelanja.	17	26	21	15	1	3,54	
4	Kemudahan pembayaran (misalnya dengan <i>E-Money</i> atau Dompot Digital) mendorong saya untuk berbelanja impulsif.	11	28	28	11	2	3,44	
5	Keinginan untuk memiliki barang-barang terbaru seringkali mendorong saya untuk berbelanja.	11	31	27	9	2	3,50	3,58
6	Saya selalu mempertimbangkan manfaat dan kegunaan barang sebelum membelinya.	11	38	27	2	2	3,68	
7	Saya membuat anggaran belanja dan berusaha untuk mematuhi.	4	30	36	9	1	3,34	
8	Saya menunda pembelian barang yang tidak terlalu mendesak.	10	41	22	4	3	3,64	
9	Saya merasa senang dan bersemangat saat berbelanja.	21	37	17	3	2	3,90	
10	Saya membeli sesuatu karena tampilannya menarik dan membuat saya terkesan.	19	31	23	5	2	3,75	

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa rata-rata keseluruhan tanggapan pada variabel perilaku konsumtif (Y) adalah 3,58. Adapun jumlah rata-rata tertinggi dari 10 (sepuluh) pernyataan adalah pada pernyataan ketujuh yaitu “Saya merasa senang dan bersemangat saat berbelanja” dengan rata-rata sebesar 3,90. Sedangkan pernyataan dengan rendah adalah pada pernyataan keenam yaitu “Saya membuat anggaran belanja dan berusaha untuk mematuhi” dengan rata-rata 3,34.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuesioner yang telah dilampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara rhitung atau *person correlation* dengan rtabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan rhitung dengan rtabel berdasarkan signifikan 0,050 dengan derajat kebebasan $df = N-2 = 80-2 = 78$ atau $N=80$ (N adalah jumlah data), sehingga rtabel yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,220 dan pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid apabila $rhitung > rtabel$. Adapun uji validitas pada variabel penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4.3.
Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Penggunaan E-Money (X)	X.1	0,729	0,220	Valid
	X.2	0,774	0,220	Valid
	X.3	0,801	0,220	Valid
	X.4	0,744	0,220	Valid
	X.5	0,631	0,220	Valid
	X.6	0,348	0,220	Valid
	X.7	0,852	0,220	Valid

Perilaku Konsumtif (Y)	X.8	0,661	0,220	Valid
	X.9	0,679	0,220	Valid
	X.10	0,576	0,220	Valid
	Y.1	0,701	0,220	Valid
	Y.2	0,596	0,220	Valid
	Y.3	0,676	0,220	Valid
	Y.4	0,613	0,220	Valid
	Y.5	0,687	0,220	Valid
	Y.6	0,523	0,220	Valid
	Y.7	0,366	0,220	Valid
	Y.8	0,622	0,220	Valid
	Y.9	0,455	0,220	Valid
	Y.10	0,461	0,220	Valid

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai rhitung dengan rtabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa rhitung lebih besar dari rtabel sehingga mendapatkan nilai yang valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat bagaimana sebuah indikator konsisten atau bagaimana indeks tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur yang dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan dapat dipercaya apabila *coefecient cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 ($>0,60$). Adapun pengujian reliabilitas pada setiap variabel yang ada di penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4.
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Standar Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengguna <i>E-Money</i> (X)	10	0,60	0,859	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	10		0,729	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Pada tabel memperlihatkan nilai dari cronbach alpha variabel penggunaan *E-Money* (X) yaitu sebesar 0,859 dan pada variabel perilaku konsumtif (Y) nilainya sebesar 0,729. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai *cronbach alpha* tiap-tiap variabel $> 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrumen pertanyaan yang digunakan sebagai indikator pada seluruh variabel merupakan alat ukur yang reliabel atau konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji Lilliefors (*Kolmogorov-Smirnov*) dengan bantuan *software* SPSS 25 dan membaca nilai Sig (signifikansi) pada masing-masing variabel. Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal sehingga uji statistik nonparametrik harus digunakan. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut tabel hasil perhitungan uji normalitas.

Table 4.5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
mal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.69951527
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.048
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

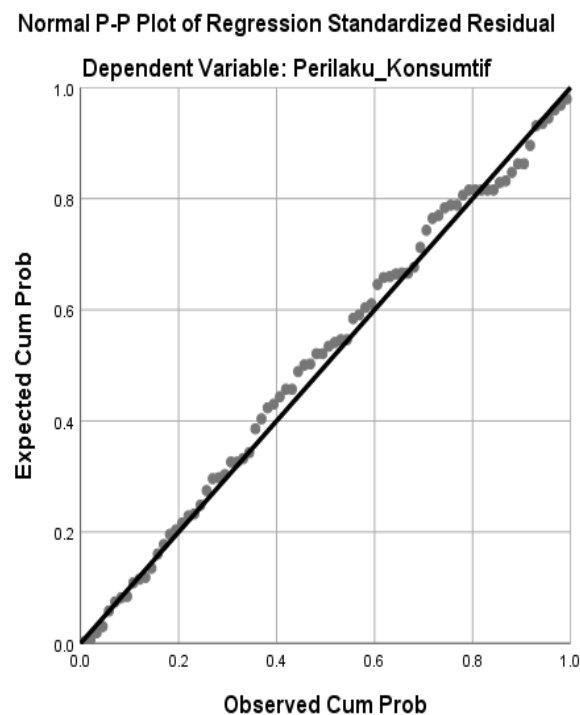
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi menunjukkan angka $0,200 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data penggunaan *E-Money* dan perilaku konsumtif berdistribusi normal. Untuk memperjelas hal tersebut, dapat dilihat kurva normal P-Plot berikut.



Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik yang ada mengikuti garis diagonal atau berada tidak jauh dari garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS 25 dengan melihat output ANOVA Table. Dua data variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*deviation for*

linearity) lebih dari 0,05. Adapun hasil uji linieritas dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.6. Uji Linieritas
ANOVA Table

		Sum of		Mean		
		Squares	df	Square	F	Sig.
Perilaku_	Between	(Combined)	1157.381	22	52.608	2.615 .002
Konsumtif Groups	Linearity	559.200	1	559.200	27.800	.000
*	Deviation from	598.181	21	28.485	1.416	.150
Pengguna_	Linearity					
EMoney	Within Groups	1146.569	57	20.115		
	Total	2303.950	79			

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel hasil uji linieritas di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada *deviation for linearity* lebih dari 0,05, yakni 0,150 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penggunaan uang elektronik dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan uji parsial atau uji t melalui analisis regresi, diperoleh variabel bebas yaitu penggunaan *E-Money* (X) terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FKIP UMSU. kriteria dari pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel berdasarkan signifikan 0,050 dengan derajat kebebasan $df = n - k - 1 = 80 - 1 - 1 = 78$ (n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel bebas). Sehingga ttabel yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 1,664. Apabila $thitung > ttabel$ maka H_a diterima sedangkan apabila $thitung < ttabel$ maka H_a ditolak. Secara parsial maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.7. Uji T
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.356	3.722		4.663	.000
	Pengguna_EMoney	.460	.092	.493	5.000	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: Data diolah (2025)

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa hasil dari uji t untuk variabel penggunaan *E-Money* (X) diperoleh thitung sebesar 5,000 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan $0,000 < 0,050$ dengan menggunakan signifikan (α) 0,050. Dengan demikian, thitung ($5,000$) $>$ ttabel ($1,664$). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara penggunaan *E-Money* (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FKIP UMSU.

b. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X terhadap variabel Y. Untuk menentukan koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan *software* SPSS 25 dan melihat output tabel model *summary* yang antara lain sebagai berikut.

Tabel 4.8. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.493 ^a	.243	.233	4.730
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Pengguna_Emoney

Sumber: Data diolah (2025)

Dari tabel diatas nilai koefesien determinasi (R) sebesar 0,493. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif FKIP UMSU sebesar 49,3%. Sedangkan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang dianalisis dengan SPSS 25, ditemukan hubungan penggunaan *E-Money* (X) secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) di kalangan mahasiswa FKIP UMSU. Dengan nilai thitung (5,000) lebih besar dari pada ttabel (1,664) yang membuktinya adanya pengaruh. Keterkaitan antara penggunaan *E-Money* terhadap perilaku mahasiswa disebabkan oleh pengeluaran uang belanja yang banyak dan membelanjakan uang untuk barang yang tidak dibutuhkan, nafsu belanja yang sulit untuk dikontrol, perilaku boros dan hedonisme, adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki oleh orang lain sehingga muncul niat untuk meniru dan membelinya.

Beberapa hal ini menyebabkan perilaku konsumtif yang disebabkan oleh kemudahan yang diberikan oleh *E-Money*. Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan *E-Money* ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengonsumsian suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun

sebagai alat pemuas keinginan. Pergeseran makna dalam pengonsumsian suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik.

Hal tersebut diperkuat oleh teori dan penelitian yang relevan mengenai uang elektronik dan perilaku konsumtif. Kehadiran uang elektronik menjadi salah satu cara mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sentuhan teknologi dalam konsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam memaknai konsumsi (Yahya et al., 2023). Dalam perilaku konsemun terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya adalah stimuli lain/faktor lingkungan yang di dalamnya terdapat teknologi dan mempengaruhi perilaku konsumen dengan semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi, kebutuhan dan keinginan konsumen pun meningkat, baik secara kualitas dan kuantitas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh I G.N. Okta Ariwangsa dan Gde Bagus Surya Jayanatha (2023) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Harti Oktarina, dan Andi Arifuddin Iskandar (2023) yang menghasilkan adanya pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 3,33%. Penelitian Putu Ella Sisilia, Triani Ratnawuri, dan Tiara Anggia Dewi (2023) menghasilkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Muhammad

Iqbal (2023) menghasilkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 44,8%.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan *E-Money* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FKIP UMSU atau dengan kata lain penggunaan *E-Money* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 49,3% sedangkan sisanya, yaitu 50,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak ada dalam penelitian ini. Adapun perilaku konsumtif yang ditimbulkan dalam penggunaan *E-Money* adalah pengeluaran uang belanja yang banyak dan membelanjakan uang untuk barang yang tidak dibutuhkan, nafsu belanja yang sulit untuk dikontrol, perilaku boros dan hedonisme, adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki oleh orang lain sehingga muncul niat untuk meniru dan membelinya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil, pembahasan, kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan dan dipaparkan di atas, maka saran-saran yang dapat peneliti berikan guna menyempurnakan penelitian selanjutnya antara lain:

1. Bagi pengguna *E-Money* khususnya pada mahasiswa FKIP UMSU, agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan *E-Money* dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli

barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai kebutuhan dan mendahulukan kebutuhan tersebut, serta menggunakan skala prioritas.

2. Bagi peneliti lain, agar dapat menggunakan variabel independen/ bebas/X yang berbeda dan beragam, serta memperluas responden dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Z., & Usman, U. (2023). HUBUNGAN KAUSALITAS PENGGUNAAN *E-MONEY* DENGAN TINGKAT KONSUMSI MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samawa Sumbawa Besar). *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v3i1.1180>
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61–71. <https://doi.org/10.31869/me.v9i2.4215>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, M. (2022). E Commerce Dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*.
- Kurniawan, M. Z. (2023). *Manajemen Keuangan Personal*. <https://repository.penerbiteureka.com/media/publications/559514-manajemen-keuangan-personal-cc7e4351.pdf>
- Oktarina, H., & Iskandar, A. A. (2023). Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmiah Pena*, 14(01), 75–78.
- Paujiah, & Ariani, L. (2023). Perilaku Konsumtif: Studi Kuantitatif Deskriptif Masyarakat di Kabupaten Kotabaru. *Jurnal Ilmu Psikologi Dan Kesehatan*, 2(2), 153–160. <https://publish.ojs->

indonesia.com/index.php/SIKONTAN/article/view/1307

- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin
Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka
Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In
Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo,
Setiana Sri Wahyuni Sitepu, T. (2020). 済無No Title No Title No Title.
Journal GEEJ, 7(2).
- Puput Tri Komalasari. (2018). *Pemikiran John Maynard Keynes 1883 – 1946*.
November 2015, 283.
- Putu Ella Sisilia, Triani Ratnawuri, M.Pd, Tiara Anggia Dewi, M. P. (2023).
MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UM METRO Universitas
Muhammadiyah Metro Email : 3(2).
- Satria, M. H. Y., Azwarini, F. M., & Nabila, A. (2022). *Konsumsi dan Perilaku*
Konsumen. <http://dx.doi.org/10.31237/osf.io/2p4t6>
- SHELEMO, A. A. (2023). No Title. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Sisilia, P. E. (2023). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku
Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Um Metro. *EDUNOMIA: Jurnal*
Ilmiah Pendidikan Ekonomi, 3(2), 159–171.
<https://doi.org/10.24127/edunomia.v3i2.3728>
- Yahya, A., Mardiani, I. N., Fuadi, A., & Muhsoni, R. (2023). Perilaku Konsumtif
dalam Perspektif Gender. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*,
23(2), 2274. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3540>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup

DATA RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Annisah Br Damanik
 NPM : 2102070008
 Tempat/Tanggal Lahir : Tebing Tinggi, 23 Oktober 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Alamat : Jl. Mustafa Gang Lama No. 5



Data Orang Tua

Nama Ayah : Dedi Harianto Damanik
 Nama Ibu : Irna Dachi
 Alamat : Jln. Kutilang, Kel. Bulian, Kec. Bajenis, Tebing Tinggi

Pendidikan Formal

1. SDS TPI Torgamba Tamat 2015
2. SMPN1 Bangko Pusako Tamat 2018
3. SMKN1 Kisaran Tamat 2021
4. Tahun 2021 s/d 2025 tercatat sebagai Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Program Studi Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 2025

Annisah Br Damanik

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas

		Correlations						
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
X1	Pearson Correlation	1	.706**	.519**	.457**	.473**	.081	.677**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.473	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2	Pearson Correlation	.706**	1	.539**	.571**	.407**	.163	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.149	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3	Pearson Correlation	.519**	.539**	1	.646**	.509**	.160	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.156	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X4	Pearson Correlation	.457**	.571**	.646**	1	.369**	.021	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.852	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X5	Pearson Correlation	.473**	.407**	.509**	.369**	1	.179	.403**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.112	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X6	Pearson Correlation	.081	.163	.160	.021	.179	1	.182
	Sig. (2-tailed)	.473	.149	.156	.852	.112		.105
	N	80	80	80	80	80	80	80
X7	Pearson Correlation	.677**	.793**	.638**	.657**	.403**	.182	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.105	
	N	80	80	80	80	80	80	80
X8	Pearson Correlation	.378**	.463**	.438**	.423**	.275*	.108	.599**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.014	.341	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X9	Pearson Correlation	.513**	.602**	.436**	.451**	.351**	.105	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.353	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X10	Pearson Correlation	.319**	.177	.536**	.472**	.381**	.116	.331**
	Sig. (2-tailed)	.004	.117	.000	.000	.000	.305	.003
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.729**	.774**	.801**	.744**	.631**	.348**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Correlations

		X8	X9	X10	TOTAL
X1	Pearson Correlation	.378**	.513**	.319**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.004	.000
	N	80	80	80	80
X2	Pearson Correlation	.463**	.602**	.177	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.117	.000
	N	80	80	80	80
X3	Pearson Correlation	.438**	.436**	.536**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X4	Pearson Correlation	.423**	.451**	.472**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X5	Pearson Correlation	.275*	.351**	.381**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80
X6	Pearson Correlation	.108	.105	.116	.348**
	Sig. (2-tailed)	.341	.353	.305	.002
	N	80	80	80	80
X7	Pearson Correlation	.599**	.583**	.331**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000
	N	80	80	80	80
X8	Pearson Correlation	1	.540**	.268*	.661**
	Sig. (2-tailed)		.000	.016	.000
	N	80	80	80	80
X9	Pearson Correlation	.540**	1	.164	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.146	.000
	N	80	80	80	80
X10	Pearson Correlation	.268*	.164	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.016	.146		.000
	N	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	.661**	.679**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
Y1	Pearson Correlation	1	.387**	.511**	.551**	.616**	.129	.003
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.254	.979
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.387**	1	.520**	.293**	.289**	.203	.090
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.009	.071	.425
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.511**	.520**	1	.439**	.441**	.056	.097
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.620	.393
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	.551**	.293**	.439**	1	.549**	.160	-.029
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000	.156	.795
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	.616**	.289**	.441**	.549**	1	.142	.025
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.000		.208	.826
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y6	Pearson Correlation	.129	.203	.056	.160	.142	1	.528**
	Sig. (2-tailed)	.254	.071	.620	.156	.208		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y7	Pearson Correlation	.003	.090	.097	-.029	.025	.528**	1
	Sig. (2-tailed)	.979	.425	.393	.795	.826	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y8	Pearson Correlation	.173	.438**	.251*	.145	.146	.621**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.025	.201	.195	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y9	Pearson Correlation	.245*	.094	.081	.189	.273*	.285*	-.005
	Sig. (2-tailed)	.028	.408	.475	.093	.014	.010	.964
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y10	Pearson Correlation	.275*	.034	.314**	.103	.354**	.070	.045
	Sig. (2-tailed)	.013	.767	.005	.364	.001	.539	.692
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y	Pearson Correlation	.701**	.596**	.676**	.613**	.687**	.523**	.366**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80

Correlations

		Y8	Y9	Y10	Y
Y1	Pearson Correlation	.173	.245*	.275*	.701**
	Sig. (2-tailed)	.124	.028	.013	.000
	N	80	80	80	80
Y2	Pearson Correlation	.438**	.094	.034	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.408	.767	.000
	N	80	80	80	80
Y3	Pearson Correlation	.251*	.081	.314**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.025	.475	.005	.000
	N	80	80	80	80
Y4	Pearson Correlation	.145	.189	.103	.613**
	Sig. (2-tailed)	.201	.093	.364	.000
	N	80	80	80	80
Y5	Pearson Correlation	.146	.273*	.354**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.195	.014	.001	.000
	N	80	80	80	80
Y6	Pearson Correlation	.621**	.285*	.070	.523**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.539	.000
	N	80	80	80	80
Y7	Pearson Correlation	.565**	-.005	.045	.366**
	Sig. (2-tailed)	.000	.964	.692	.001
	N	80	80	80	80
Y8	Pearson Correlation	1	.227*	.136	.622**
	Sig. (2-tailed)		.043	.228	.000
	N	80	80	80	80
Y9	Pearson Correlation	.227*	1	.239*	.455**
	Sig. (2-tailed)	.043		.032	.000
	N	80	80	80	80
Y10	Pearson Correlation	.136	.239*	1	.461**
	Sig. (2-tailed)	.228	.032		.000
	N	80	80	80	80
Y	Pearson Correlation	.622**	.455**	.461**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	10

Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.69951527
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.048
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.243	.233	4.730

- a. Predictors: (Constant), Pengguna_EMoney
 b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.356	3.722		4.663	.000
	Pengguna_EMoney	.460	.092	.493	5.000	.000

- a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	559.200	1	559.200	24.999	.000 ^b
	Residual	1744.750	78	22.369		
	Total	2303.950	79			

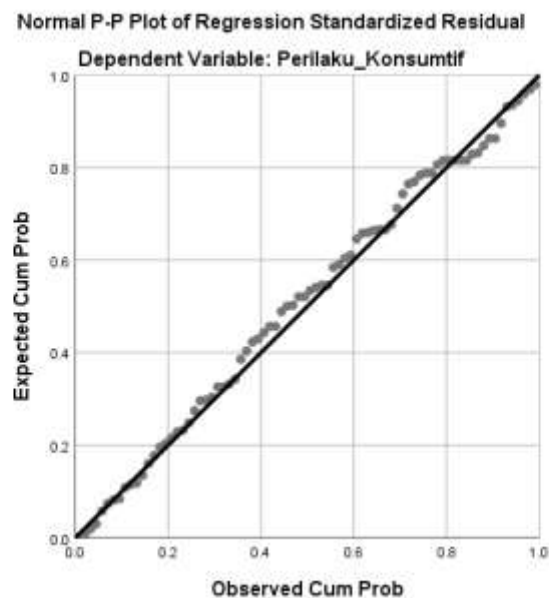
a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengguna_EMoney

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	24.71	40.35	35.78	2.661	80
Residual	-13.292	9.649	.000	4.700	80
Std. Predicted Value	-4.157	1.720	.000	1.000	80
Std. Residual	-2.810	2.040	.000	.994	80

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Charts

Lampiran 5. Hasil Uji Linieritas

Case Processing Summary

	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku_Konsumtif *	80	100.0%	0	0.0%	80	100.0%
Pengguna_EMoney						

Report

Perilaku_Konsumtif

Pengguna_EMoney	Mean	N	Std. Deviation
16	21.00	1	.
28	32.00	1	.
29	26.00	1	.
30	33.00	2	4.243
32	34.00	1	.
33	30.00	1	.
34	34.00	3	1.000
35	35.40	5	4.219
36	34.17	6	3.061
37	31.50	2	2.121
38	34.11	9	6.030
39	30.50	2	12.021
40	39.22	9	2.539
41	37.80	5	5.718
42	32.50	4	5.802
43	35.67	3	1.155
44	35.50	4	4.796
45	38.50	4	4.435
46	37.88	8	3.603
47	41.75	4	2.986
48	34.50	2	3.536
49	31.00	1	.
50	46.50	2	4.950
Total	35.78	80	5.400

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Perilaku_Konsumtif *	Between Groups	(Combined)	1157.381	22
		Linearity	559.200	1
		Deviation from Linearity	598.181	21
	Within Groups		1146.569	57
	Total		2303.950	79

ANOVA Table

			Mean Square	F
Perilaku_Konsumtif *	Between Groups	(Combined)	52.608	2.615
		Linearity	559.200	27.800
		Deviation from Linearity	28.485	1.416
	Within Groups		20.115	
	Total			

ANOVA Table

			Sig.
Perilaku_Konsumtif *	Between Groups	(Combined)	.002
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.150
	Within Groups		
	Total		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku_Konsumtif *	.493	.243	.709	.502
Pengguna_EMoney				

Lampiran 6. Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.356	3.722		4.663	.000
	Pengguna_EMoney	.460	.092	.493	5.000	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Lampiran 7. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.493 ^a	.243	.233	4.730

a. Predictors: (Constant), Pengguna_EMoney

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Lampiran 8. Form 1 (Pengajuan Judul)

From : K-1



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
 Program Studi Pendidikan Akuntansi
 FKIP UMSU

Perihal : **PERMOHONAN PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI**

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini :

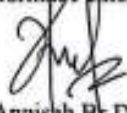
Nama : Annisah Br Damanik
 NPM : 2102070008
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 IPK Kumulatif : 3,88

Kredit Kumulatif = 120 SKS

Persetujuan Ketua/Sekret Program Studi	Judul yang Diajukan	Disahkan oleh Dekan Fakultas
	Pengaruh Praktik PLP Terhadap Kemampuan TPACK Calon Guru Pada Mahasiswa FKIP UMSU	
	Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa FKIP UMSU	
	Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Intensi Penggunaan Dompot Digital di Kalangan Mahasiswa FKIP UMSU	

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pemeriksaan dan persetujuan serta pengesahan, atas kesediaan Bapak saya ucapkan terima kasih.

Medan, 32 Desember 2024
 Hormat Pemohon,


 (Annisah Br Damanik)

Keterangan

Dibuat Rangkap 3 :

- Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Prodi
- Untuk Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 9. Form 2 (Permohonan Persetujuan Proposal)

From : K-2



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

Kepada Yth : Bapak/Ketua & Sekretaris
 Program Studi Pendidikan Akuntansi
 FKIP UMSU

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisah Br Damanik
 NPM : 2102070008
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi

Mengajukan permohonan persetujuan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi sebagai tercantum dibawah ini dengan judul sebagai berikut :

"Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU"

Sekaligus saya mengusulkan/menunjuk Bapak/Ibu sebagai :

Dosen Pembimbing : Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Sc. 

Sebagai Dosen Pembimbing Proposal/Risalah/Makalah/Skripsi saya

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan untuk dapat pengurusan selanjutnya. Akhirnya atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Medan, 19 Desember 2024
 Hormat Pemohon,


 (Annisah Br Damanik)

Keterangan

Dibuat Rangkap 3 :

- Untuk Dekan/Fakultas
- Untuk Ketua/Sekretaris Prodi
- Untuk Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 10. Form 3 (Pengesahan Proyek Proposal)



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

Jln. Mukhtar Basri BA No. 3 Telp. 6622400 Medan 20217 Form : K3

Nomor : 4022/II.3.AU /UMSU-02/F/2024

Lamp : ---

Hal : **Pengesahan Proyek Proposal
Dan Dosen Pembimbing**
Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menetapkan proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dan dosen pembimbing bagi mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : Annisah Br Damanik
NPM : 2102070008
Program Studi : Pendidikan Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap
Prilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Pembimbing : Pipit Putri Hariani MD, S.Pd.,M.Si

Dengan demikian mahasiswa tersebut di atas diizinkan menulis proposal/risalah/makalah/skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulis berpedoman kepada ketentuan yang telah ditetapkan oleh Dekan
2. Proyek proposal/risalah/makalah/skripsi dinyatakan **BATAL** apabila tidak sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan
3. Masa daluwarsa tanggal : 19 Desember 2025

Medan, 18 Djumadil Akhir 1446 H
19 Desember 2024 M



Wassalam
Dekan

Dra. H. Syamsu Yurnita, M.Pd.
NIDN 3004606701

Dibuat rangkap 4 (Empat) :

1. Fakultas (Dekan)
2. Ketua Program Studi
3. Pembimbing
4. Mahasiswa yang bersangkutan :
WAJIB MENGIKUTI SEMINAR



Lampiran 11. Berita Acara Bimbingan Acara



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
 Nama : Annisah Br Damanik
 N P M : 2102070008
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Penelitian : Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Tanggal	Materi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
8 Jan 2025	- Cover spasi sesuaikan/logo umsu sesuaikan	f	
	- Perincian daftar isi /daftar tabel sesuaikan	f	
10 Jan 2025	- Fokus pendahuluan hanya pada masalah	f	
	variabel yang akan diteliti /rangkas pendahuluan	f	
13 Jan 2025	- Identifikasi masalah sesuaikan dengan materi	f	
	yang	f	
15 Jan 2025	- Batasan masalah diambil dari identifikasi	f	
	masalah	f	
	- Rumusan masalah sesuaikan	f	
20 Jan 2025	- Batasan masalah dihilangkan sesuai point	f	
	identifikasi masalah yang akan diteliti	f	
3 Feb 2025	- Tambahkan manfaat penelitian bagi	f	
	masyarakat	f	
	- Perincian teori pendukung, Rumusan / Batasan	f	
13 Feb 2025	- Acc Seminar Proposal	f	

Diketahui oleh :
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Medan, 15 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si

Lampiran 12. Lembar Pengesahan Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

Panitia Proposal Penelitian Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Strata-I Bagi

Nama : Annisah Br Damanik
 NPM : 2102070008
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Dengan ini diterimanya proposal ini, maka mahasiswa tersebut sudah layak melakukan seminar proposal.

Disetujui Oleh,
 Ketua Program Studi
 Pendidikan Akuntansi


 Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Diketahui Oleh,
 Dosen Pembimbing

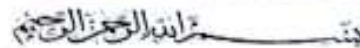

 Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si

UMSU
 Unggul | Cerdas | Terpercaya

Lampiran 13. Lembar Pengesahan Hasil Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website: <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id



LEMBAR PENGESAHAN HASIL SEMINAR PROPOSAL

Proposal yang sudah diseminarkan oleh mahasiswa dibawah ini:

Nama	: Annisah Br Damanik
NPM	: 2102070008
Program Studi	: Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi	: Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Pada hari Kamis, Tanggal 17 April 2025 sudah layak menjadi proposal skripsi.

Medan, 17 April 2025

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing

Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si

Dosen Pembahas

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Diketahui Oleh,
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Lampiran 14. Berita Acara Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6619056 Medan 20238
 Website : <http://www.fkip.umsu.ac.id> E-mail: fkip@umsu.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Pada hari Kamis, Tanggal 17 April 2025 diselenggarakan seminar proposal Prodi Pendidikan Akuntansi menerangkan bahwa:

Nama : Annisah Br Damanik
 NPM : 2102070008
 Program Studi : Pendidikan Akuntansi
 Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

NO	MASUKAN/SARAN
BAB I	Sebutkan latar belakang dengan variabel penelitian.
BAB II	Urutkan Temu ahli sesuai dengan judul.
BAB III	
LAINNYA	
KESIMPULAN	() Disetujui () Ditolak (✓) Disetujui Dengan Adanya Perbaikan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke skripsi.

Medan, 17 April 2025

TIM SEMINAR

Dosen Pembimbing

Pipit Putri Hariani MD, S.Pd., M.Si

Dosen Pembahas

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Diketahui Oleh,
 Ketua Program Studi

Dr. Faisal R. Dongoran, M.Si

Lampiran 15. Surat Izin Riset



UMSU
Unggul | Cerdas | Tangguh

Unggul | Cerdas | Tangguh
Unggul | Cerdas | Tangguh

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BSN-PT/AK/KP/PT03/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fkp.umsu.ac.id fkp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Nomor : 829/IL3-AU/UMSU-02/F/2025 Medan, 24 Syawal 1446 H
Lamp : --- 23 april 2025 M
Hal : Permohonan Izin Riset

Kepada Yth, Ibu Dekan
FKIP UMSU
di
Tempat

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr. Wb

Wa ba'du, semoga kita semua sehat wal'afiat dalam melaksanakan kegiatan/aktifitas sehari-hari, sehubungan dengan semester akhir bagi mahasiswa wajib melakukan penelitian/riset untuk pembuatan Skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian Sarjana Pendidikan, maka kami mohon kepada Bapak/Ibu memberi izin kepada mahasiswa kami untuk melakukan penelitian/riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Adapun data mahasiswa tersebut sebagai berikut.

Nama	Annisah Br Damanik
NPM	2102070008
Jurusan	Pendidikan Akuntansi
Judul Skripsi	Pengaruh Penggunaan <i>E- Money</i> Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa FKIP UMSU

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaan serta kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih. Akhirnya selamat sejahteralah kita semuanya, Aamin.



Dekan,

Dra. Hj. Syamsiyunita, M.Pd
NIDN 0004066701

****Pentinggal****



Lampiran 16. Bukti Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
15%	14%	6%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%	
2	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%	
3	pkn.umsu.ac.id Internet Source	1%	
4	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	1%	
5	Submitted to Canada College Student Paper	1%	
6	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%	
7	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%	
8	e-journal.naureendigition.com Internet Source	<1%	
9	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%	
10	saburai.id Internet Source	<1%	
11	Submitted to Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Student Paper	<1%	
12	repository.unibos.ac.id		