

Analisis Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Palangka Raya Angkatan 2023

Puput Iswandyah Raysharie¹ | Argy' Dimaz Dzaky Bryllian¹ | Anisa Rahmawati¹ | Febrina Gracia Hawini¹ | Juraida Titin Marlina¹ | Lourensia Disa Natalia¹ | Ragil Yudistira¹

Raysharie, P. I., Bryllian, A. D. D., et al. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Palangka Raya Angkatan 2023. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 23(2), 121-130

1. Universitas Palangka Raya

Correspondence addressed to:
Juraida Titin Marlina, Universitas Palangka Raya
Email address:
titinitintin@gmail.com

Abstract. *In the era of the industrial revolution 5.0, extraordinary developments enslave the use of technology in the field of technology which also has an impact on other sectors, as in this study the use of technology in the economic sector which aims to determine whether Consumptive Behavior is influenced by Digital Wallets. This research was conducted at Palangkaraya University, Indonesia with a quantitative approach to the research population of 4,143 people, using sampling techniques by distributing G-forms through whats-App social media obtained 365 respondents from various faculties at Palangkaraya University the results were processed using the slovin formula and tested through Multiple Linear Regression Analysis, namely t test analysis where digital wallets (X) have a t-statistic of 9.0366 where the prob. (Significance) value is 0.000000, regression equation analysis, Simultaneous F test analysis with an f-statistic value of 81.660 with a prob. (F-statistic) value of 0.00000 (<0.05) and test analysis of the coefficient of determination with an Adjust R-Squared value of 0.181 so that the results show that digital wallets (X) have a significant effect on consumptive behavior (Y).*

Keywords: *consultative perpetual; digital wallet*

Pendahuluan

Konsumsi berkaitan dengan memenuhi kebutuhan. Apabila berdasarkan pada keinginan dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kegiatan konsumsi yang berlebih tanpa pertimbangan rasional yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Perilaku konsumtif sering dihubungkan dengan aktivitas berbelanja karena dapat mengurangi stres akibat kesibukan sehari-hari (Dewi et al., 2017). Menurut Andriani & Nugraha (2018) perilaku konsumtif disebabkan oleh kebiasaan belanja yang berlebihan sehingga membuat masalah pada pengelolaan keuangan. Perkembangan teknologi yang pesat memudahkan banyak orang dalam mencari barang yang mereka inginkan sehingga membuat orang-orang berbelanja untuk lebih memenuhi keinginan dari pada kebutuhan juga proses transaksi yang mudah, dapat membuat perilaku konsumtif masyarakat.(Mujahidin & Astuti, 2020).

Pada era modern ini, perkembangan teknologi telah sangat memengaruhi berbagai aspek kehidupan kita, seperti cara kita membayar. Kemunculan dompet digital seperti Dana, ShopeePay,



GoPay, OVO, LinkAja, dan GrabPay menjadi bagian integral dari transformasi ini. Meskipun menyederhanakan proses transaksi dan memberikan kenyamanan bagi penggunanya, penggunaan dompet digital juga membawa implikasi terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Dompet digital menawarkan kepraktisan dengan memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, termasuk pembayaran belanja tagihan, dan layanan lainnya, dengan mudah melalui perangkat seluler. Hal ini telah menciptakan lingkungan di mana konsumen dapat dengan cepat dan efisien memenuhi kebutuhan mereka tanpa perlu menggunakan tunai. Namun, dampak positif ini seringkali disertai dengan beberapa aspek yang memicu perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif ialah suatu kegiatan yang menggunakan uang secara berlebihan untuk pembelian barang yang tidak penting, atau bisa di sebut hawa nafsu. Perilaku konsumtif biasanya dilakukan oleh konsumen untuk melaksanakan kegiatan pembelian barang yang untuk memenuhi keinginan yang di rasa tidak penting di bandingkan dengan membeli barang sesuai kebutuhan yang lebih utamanya. kehidupan super mewah yang berlebihan menggambarkan perilaku konsumtif, membeli sesuatu yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan tersendiri serta adanya pola hidup manusia untuk membeli sesuatu demi hasrat kesenangan semata-mata (Lestarina et al. 2017). Perilaku konsumtif disebabkan oleh tiga aspek yaitu : 1) pembelian impulsif, 2) pembelian berlebihan, 3) pembelian tidak masuk akal (Lestarina et al. 2017). Perilaku konsumtif dalam penggunaan pembayaran dompet digital GoPay dapat di lihat melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup seperti pembelian makanan, pakaian, perawatan kecantikan, travelling, nongkrong dan lain sebagainya.

Gerakan Nasional Non Tunai, atau juga dikenal dengan GNTT Pada tanggal 14 Agustus 2014 diumumkan oleh Bank Indonesia yang didirikannya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran orang banyak akan pentingnya melakukan transaksi non tunai dimana pembayaran dilakukan dengan alat pembayaran elektronik daripada tunai langsung. Peraturan Bank Indonesia (PBI) Nomor 16/8/PBI/2014 (Electronic Money) atau transaksi keuangan tentang pemakaian Uang Elektronik dimana Sejak keluarnya peraturan ini yang mengatur penggunaan uang elektronik secara bertahap mulai diberlakukan. Selain itu, kebijakan ini dapat dianggap sebagai upaya pemerintah dan Bank Indonesia untuk mengontrol inflasi, mengontrol jumlah uang yang beredar, dan memperbaiki kebijakan redenominasi yang tidak mendapatkan tanggapan yang baik dari masyarakat.

TRANSACTION DATA USING DIGITAL WALLETS LAST 5 YEARS

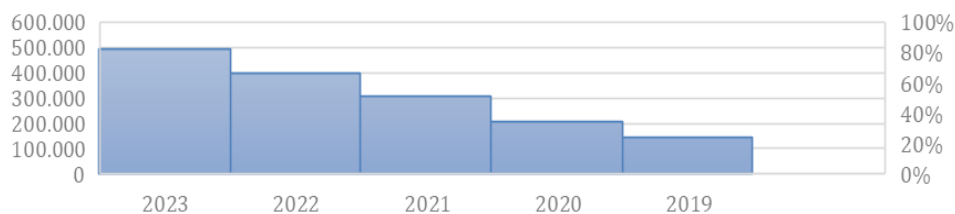


Figure 1. Transaction data using digital wallet
Source: Bank Indonesia & Indonesia.go.id

Peningkatan drastis dalam transaksi menggunakan dompet digital selama lima tahun terakhir mencerminkan transformasi fundamental dalam cara konsumen melakukan pembayaran. Faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, peningkatan penetrasi smartphone, keamanan yang ditingkatkan, dampak pandemi COVID-19, inovasi teknologi keuangan, dan peningkatan kesadaran finansial telah mendorong adopsi yang pesat. Perubahan ini menciptakan lingkungan di mana konsumen semakin mengandalkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan yang ditawarkan oleh dompet digital, memperkuat tren global menuju pembayaran nontunai. Proyeksi masa depan menunjukkan kelanjutan pertumbuhan ini, didorong oleh terus berkembangnya teknologi dan penerimaan yang semakin luas.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari secara menyeluruh bagaimana penggunaan dompet digital seperti Dana, ShopeePay, GoPay, OVO, LinkAja, dan GrabPay mempengaruhi perilaku pembeli mahasiswa di Universitas Palangka Raya Angkatan 2023. Dompet digital adalah fokus utama penelitian ini untuk mengetahui bagaimana penggunaan mempengaruhi pola pembelian, kebiasaan belanja, dan preferensi pembayaran mahasiswa.

Menurut Abidzar 2023, mahasiswa di Kota Surakarta mengalami peningkatan Perilaku Konsumtif yang di pengaruhi oleh penggunaan Dompet Digital, karena mempermudah mereka melakukan transaksi ketika berbelanja sehingga perilaku konsumtif terjadi di mahasiswa . Menurut penelitian lain Febriyanti 2023, hasil penelitian menyatakan bahwa e-commerce dan pembayaran digital secara parsial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Namun, menurut Afifah Yudiantoro 2022, Perilaku konsumtif tidak di pengaruhi oleh Dompet tetapi signifikan pada mahasiswa .Hasil analisis data oleh A Yahya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Diploma 3 Akuntansi di Universitas Pelita Bangsa tidak dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik. Kesimpulannya, perilaku konsumtif mahasiswa pada penggunaan uang elektronik tidak terlalu berpengaruh. Meskipun, pengguna uang elektronik dapat dengan mudah melakukan pembayaran, mendorong siswa untuk konsumtif. Kami ingin meneliti tentang "Analisis Pengaruh Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Palangka Raya Angkatan 2023" berdasarkan silang pendapat hasil penelitian sebelumnya.

Kajian Pustaka

Dompet Digital

Dompet digital adalah suatu inovasi dalam produk layanan keuangan. Akun prabayar yang disebut dompet digital memungkinkan orang menyimpan uang elektronik untuk transaksi online (Ali & Gopalan, 2018; Riyanto et al., 2020). Pengguna dapat menggunakan dompet digital untuk melakukan banyak hal, seperti membayar tagihan, memesan transportasi, dan membeli tiket. Selain itu, mereka memiliki kemampuan untuk menggunakan dompet digital untuk berbagai tujuan, termasuk diantaranya berbagai pembayaran tagihan saat belanja ataupun liburan dan banyak lagi (Ali & Gopalan, 2018). Dompet digital adalah sebuah alat untuk membayar secara nontunai yang digunakan melalui sistem aplikasi yang membantu masyarakat bertransaksi. Menurut Mujahidin & Astuti (2020), pengguna dapat melakukan pembayaran dengan dompet digital dengan lebih banyak keuntungan daripada dengan tunai (Wulantika & Zein, 2020). Dari berbagai pendapat yang ada tentang dompet digital, dapat diambil kesimpulannya bahwa dompet digital ialah sebuah aplikasi yang memungkinkan pemakainya untuk menyimpan uang elektronik untuk bertransaksi secara online.

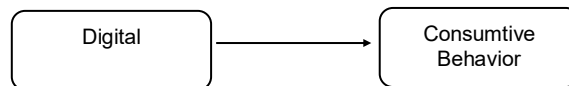
Consumptive Behaviour

Tibrisi et al. (2020) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai keinginan secara berlebihan untuk membeli dan memakai barang yang seharusnya tidak diperlukan. Orang cenderung membeli sesuatu yang tidak perlu karena mereka lebih suka memiliki keinginan daripada keperluan (Dikria & Widjaja, 2016). Sari et al. (2020) mengatakan bahwa mengonsumsi barang ataupun jasa yang tidak diperlukan adalah tanda perilaku konsumtif. Giswandhani & Hilmi (2020) menyatakan , perilaku konsumtif adalah ketika seseorang membeli atau menggunakan barang secara berlebihan, diluar nalar, dan pemborosan yang menyebabkan rasakhawatir terhadap perilaku ntersebut. Konsumtif mengonsumsi barang untuk memenuhi keinginan mereka daripada kebutuhan mereka, yang mengakibatkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak sesuai dengan keadaan seharusnya (Yudasella & Krisnawati, 2019). Dari deskripsi tersebut, dapat kita simpulkan bahwa perilaku seseorang yang membeli atau menggunakan jasa secara berlebihan tanpa alasan yang jelas dikenal sebagai perilaku

konsumtif.

Framework of Thought

Variabel bebas atau X yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Dompot Digital dan variabel terikatnya atau Y yaitu Perilaku Konsumtif. Efisiensi penggunaan (Ease of use), keuntungan (Benefit), kepercayaan (trust), dan self-efficacy adalah empat (empat) komponen yang memengaruhi persepsi pengguna dompet digital, dengan tingkat pengaruh tertinggi hingga terendah. Faktor-faktor ini dapat berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Palangka Raya. Perilaku konsumtif dapat ditunjukkan dengan berbagai cara, seperti membeli sesuatu hanya karena dorongan hadiah atau hanya karena ingin tetap modis, sehingga membeli lebih dari satu produk dengan merek yang berbeda.



Information :

X = Digital Wallet

Y = Consumer Behavior

Hypothesis

Hipotesis adalah uraian singkat tentang dugaan perilaku, peristiwa, atau keadaan tertentu yang sudah terjadi ataupun mau terjadi. Hipotesis pada dasarnya adalah dugaan atau proposisi yang ada kemungkinan benar dan bisa juga salah. Mereka sering digunakan sebagai acuan atau dasar penelitian, pemecahan masalah, atau membuat keputusan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana Perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan Dompot Digital mahasiswa di Universitas Palangka Raya. Berikut ini adalah hipotesis statistik yang diaplikasikan di dalam penelitian:

Ho: Student consumption behavior is not influenced by the use of digital wallets.

Ha: Consumptive behavior is influenced by the use of digital wallets.

Peneliti dalam penelitian ini mencoba menentukan apakah penggunaan Dompot Digital memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jika mereka memenuhi indikator perilaku konsumtif tertentu. Menurut hipotesis tersebut, jika diantara penggunaan Dompot Digital dan perilaku konsumtif terdapat hubungan yang positif, maka hipotesis Ho ditolak dan hipotesis Ha diterima.

Method

Dalam penelitian ini pendekatan menggunakan kuantitatif asosiatif digunakan untuk penelitian yang meneliti hubungan antara 2 variabel atau lebih (Prof.Dr.Sugiyono, 2019). Dalam pengumpulan data kuesioner skala likert digunakan untuk setiap kelompok, rinciannya dapat dilihat pada table 1.

Table 1

Information	Mark
Strongly agree	5
Agree	4
Neutral/Undecided	3
Don't agree	2
Strongly Disagree	1

Likert Scale Score

Variable yang ada pada penelitian ini terdiri atas variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas adalah Dompot Digital (X), dan variabel terikat dengan nama lain variabel dependan adalah Perilaku Konsumtif (Y). Ada 365 jumlah sampel yang digunakan

Population

Sebagian dari populasi tersebut terdiri dari sampel, menurut Sugiyono (2007:73-74). Dengan menggunakan teknik probabilitas pengambilan sampel, setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel. Karena pengambilan sampel dilakukan secara random tanpa mempertimbangkan tingkatan populasi, metode ini disebut sebagai pengambilan sampel sederhana. Rumus Slovin penulis gunakan Untuk menghitung banyaknya sampel yaitu dibawah ini:

Based on Faculty

The surveyed faculties were divided into six groups, which can be seen in figure 2:

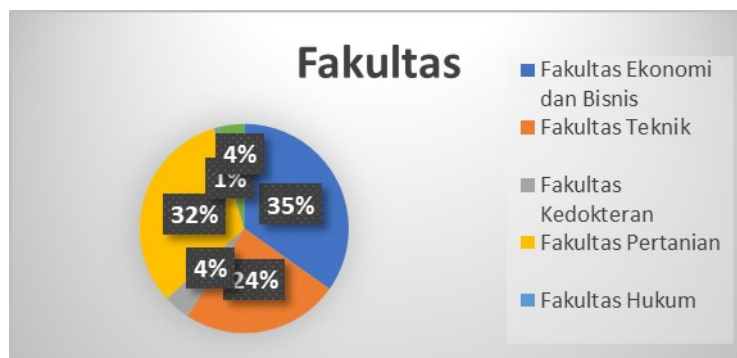


Figure 2. Respondent Faculty

Figure 2 memperlihatkan bahwa Responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis yaitu sebesar 35% responden, sedangkan 1% Responden terendah berasal dari Fakultas l a i n n y a Based on Age/Age

Dibagi menjadi empat golongan responden berdasarkan usia: 16-17 tahun, 18-19 tahun, 20-21 tahun, dan 22 tahun ke atas. Tabel 2 menunjukkan data:

Tabel 2 memperlihatkan bahwa responden terbanyak yaitu 80% berasal dari usia 18 hingga 19 tahun, dan responden terendah berasal dari usia 22 tahun ke atas.

Table 2. Respondent's Age

No.	Age	Frequency	Percentage
1	16-17	28	8 %
2	18-19	292	80%
3	20-21	40	11%
4	22 and above	5	1%

Gender

They are divided into two groups: Men and women. In the table 3 the data is presented:

Table 3 shows that the largest number of respondents, namely 52%, were women compared to men, namely 48%.

Table 3. Respondent's Gender

No.	Gender	Frequency	Percentage
1	Man	177	48%
2	Woman	188	52%

Sample

Sugiyono (2007:73-74) menyatakan bahwa sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi disebut Sampel. Metode probability sampling digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu metode yang memberikan peluang dengan kesempatan sama bagi setiap unsur di dalam populasi untuk dipilih menjadi perwakilan sampel meliputi simple random sampling karena pengambilan sampel dilakukan secara *random* tanpa memandang apapun. Dengan Rumus Slovin penulis gunakan Untuk menghitung banyaknya sampel yaitu dibawah ini:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Information :

Sample size = n

Population size = N

Percent allowance for carelessness as a result of tolerable sampling error = e

Dalam variabel ini, pengukuran statistic secara deskriptif harus dilakukan. Pengukuran ini termasuk Mean (nilai rata-rata), Max (nilai tertinggi), dan Min (nilai terendah). Selain itu, standar deviasi untuk masing-masing variabel, Dompet Digital (X), dan Perilaku Konsumtif (Y), juga harus diberikan. Tabel 1 memperlihatkan hasil uji statistik penelitian:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{4.143}{1 + 4.143(0,05)^2}$$

=364.78 rounded up to 365 untill

Data analisis

Tes deskriptif statis

Hasil uji deskriptif berikut menunjukkan distribusi data yang dikumpulkan oleh peneliti:

Variabel Dompet Digital (X), yang menunjukkan nilai paling rendah 3 sedangkan nilai tertinggi 15 dan rata-rata Dompet Digital sebesar 10,9288. Standar deviasi data Dompet Digital adalah 1,99735.

Perilaku Konsumtif (Y), data menunjukkan nilai paling rendah 3, nilai tertinggi 15, dan rata-rata dompet digital 10,4658. Standar deviasi data dompet digital adalah 2,53916.

Tabel 4. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Digital Wallet	365	3.00	15.00	10.9288	1.99735
Behavior Consumptive	365	3.00	15.00	10.4658	2.53916
Valid N (listwise)	365				

Descriptive Statistics Test Results

Hasil uji deskriptif berikut menunjukkan distribusi data yang dikumpulkan oleh peneliti:

Variabel Dompot Digital (X), yang menunjukkan nilai paling rendah 3 sedangkan nilai tertinggi 15 dan rata-rata Dompot Digital sebesar 10,9288. Standar deviasi data Dompot Digital adalah 1,99735.

Perilaku Konsumtif (Y), data menunjukkan nilai paling rendah 3, nilai tertinggi 15, dan rata-rata dompet digital 10,4658. Standar deviasi data dompet digital adalah 2,53916.

Classic assumption test:

Normality test

Mahmudah & Indrawati, (2015) mengatakan bahwa distribusi normal apabila menunjukkan garis lurus yang mengikuti diagonal sesuai dengan gambaran data sebenarnya. Hasil yang dihasilkan dari proses pembuatan data menggunakan program SPSS 29.0 adalah:

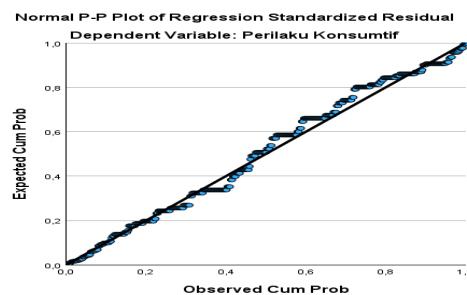


Figure 3. Data Normality Results

Source: Data Processing Results Using SPSS 29.0

Data untuk variabel yang digunakan diwakili dengan distribusi normal, seperti yang ditunjukkan pada Gambar adanya titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan titik data yang menyebar searah mengikuti garis diagonal merupakan sebuah bukti bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Multicollinearity Test

Untuk mengetahui ada atau tidaknya kemiripan yang dimiliki oleh satu variabel independent dengan variabel independen yang lain dalam satu model dilakukan Uji Multikolinearitas. VIF (Variance Inflation Factor) digunakan dalam Pengujian multikolinearitas dengan ketentuan jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka data tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Data processing results using SPSS 29.0 Multicollinearity Test Results Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,512	,670		6,737	<.001		
	Digital Wallet	,545	,060	,429	9,037	<.001	1,000	1,000

Tabel di atas menunjukkan bahwa dalam model ini tidak ada multikolinearitas untuk semua variabel Dompot Digital karena mereka memiliki nilai toleransi $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

Heteroscedasticity Test

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna menentukan apakah ada ketidaksamaan dalam perbedaan residual dalam model regresi. Metode scatterplot adalah cara untuk mengetahui apakah ada heteroskedastisitas. Tidak ada heteroskedastisitas jika titik-titik pada plot tidak membuat pola ter-

tentu dan penyebarannya di bawah dan di atas angka 0. Hasil pengolahan data yang membuktikan tidak adanya heterokedastisitas adalah sebagai berikut:

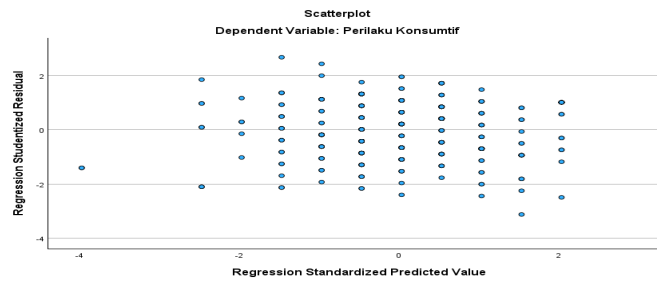


Figure 4. Heteroscedasticity Results

Source: Data processing results using SPSS 29

Karena titik tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 yang menjadikan titik-titik tidak membuat model yang jelas, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi, seperti yang ditunjukkan oleh gambar di atas.

Multiple Linear Regression Analysis

Analisis regresi linear berganda diaplikasikan untuk menentukan pengaruh Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif dan analisis regresi dipakai untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang di ajukan di dalam penelitian ini.

Tabel 6. Multiple Regression Output Results

Source: Results of data processing using Eviews 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.511916	0.669741	6.736806	0.0000
X	0.544786	0.060287	9.036605	0.0000
R-squared	0.183646	Mean dependent var	10.46575	
Adjusted R-squared	0.181397	S.D. dependent var	2.539156	
S.E. of regression	2.297343	Akaike info criterion	4.506848	
Sum squared resid	1915.837	Schwarz criterion	4.528218	
Log likelihood	-820.4998	Hannan-Quinn criter.	4.515341	
F-statistic	81.66023	Durbin-Watson stat	1.855922	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Analisis T

Variabel Dompot Digital (X) memiliki nilai t-statistical sebanyak 9.0366 dan nilai probabilitas (signifikansi) sebanyak 0,0000 (<0,05). Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel Dompot Digital (X) signifikan dan berpengaruh terhadap Variabel Perilaku Konsumtif(Y).

Analisis Regresi 4.511916 – 0.544786X1

Berdasarkan nilai konstanta 4.511, dapat disimpulkan bahwa jika Variabel Independen mengalami meningkat secara merata sebesar satu satuan, maka Variabel Dependen turun sebesar 4.511. Koefisien Regresi Variabel Dompot Digital (X) bernilai Positif (+) sebesar 0.544, yang berarti bahwa Variabel Y akan menurun sebesar 0.544 jika Variabel X meningkat dan sebaliknya.

Analisis Simultan F

Kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel independen secara simultan (bersamaan) adalah 18,1%, dengan nilai Adjusted R-Squared 0,181. Sedangkan sisanya yaitu 81,9% tidak diteliti dalam penelitian ini.

Analysis of Coefficient of Determination Test Results:

The contribution of the influence of independent variables to independent variables simultaneously is 18.1%, with an Adjusted R-Squared value of 0.181. Meanwhile, the remaining 18.9% was not discussed in this study:

Hasil dan Pembahasan

Pengaruh Dompot Digital Terhadap Kebiasaan Belanja

Penelitian sebelumnya oleh Fauziah dan Nurhasanah (2020) menemukan bahwa perilaku konsumtif meningkat karena adanya penggunaan Dompot Digital pada kalangan mahasiswa secara signifikan. Manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan adalah dua komponen yang memengaruhi dompet digital yang digunakan dalam penelitian ini. Muhajidin & Astuti (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh manfaat dan lebih mudah dalam menggunakan dompet digital. Dijelaskan bahwa adanya dompet digital dapat memudahkan penggunaannya sehingga berdampak pada peningkatan perilaku konsumtif siswa di Kota Surakarta. Hal ini membuktikan uang elektronik memberikan dampak pada tingkah laku siswa di kota tersebut, sehingga jika tingkat pemakaian dompet digital mengalami peningkatan, maka perilaku konsumtif siswa di kota juga meningkat.

Teori Post-Modern, Menurut teori ini, faktor-faktor sosial, budaya, dan lingkungan memengaruhi perilaku konsumtif. Penggunaan dompet digital dapat memengaruhi perilaku konsumtif karena kemudahan membelanjakan uang yang lebih tinggi ketika menggunakan uang non-tunai, serta fitur dan promosi yang ditawarkan oleh penyedia dompet digital.

Perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Palangka Raya Angkatan 2023 dipengaruhi oleh penggunaan Dompot Digital. Hasil perhitungan uji t (parsial) memperlihatkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan nilai t hitung 9.0366 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Palangka Raya dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital.

Selain itu, dengan koefisien determinasi sebesar 18,1%, ini membuktikan bahwa variabel Dompot Digital memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dan memiliki tingkat korelasi/kekuatan yang tinggi. Sebesar 81,9 persen dari total faktor yang tidak diteliti dan tidak dibahas dalam penelitian ini termasuk faktor kemanfaatan Davis, promosi Kotler dan Keller, sikap penggunaan Kusuma dan Susilowati dan Yahyapour, risiko Dowling dan Staelin, fitur layanan Steward et al., persepsi kontrol perilaku, dan norma subjektif Ajzen.

Simpulan

Penggunaan Dompot Digital memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Palangka Raya sebesar 18,1%. Sedangkan sisanya di pengaruhi oleh aspek -aspek lainnya yang tidak dibahas dan tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kurang mempertimbangkan fungsi atau kegunaan Dompot Digital, mengonsumsi barang berlebihan, memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak memiliki skala prioritas sesuatu yang akan di beli.

Daftar Pustaka

- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta (Vol. 2).
- Affifah, N., & Yudiantoro, D. (2022a). Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif. *Yume: Journal Of Management*, 5(2), 365–375. <https://doi.org/10.37531/Yume.Vxix.345>
- Amanda Putri, D., & Pradananta, G. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Fitur Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jambura*, 6(3). <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb>

- Febriyanti, R., Ariwibowo, P., & Nurmalasari, D. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di Sman 11 Depok. *Https://Journal.Stiegi.ac.id/Index.Php/Eleste/Index*
- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu (Vol. 17, Issue 2).
- Fitria, E. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Labuhanbatu. *Https://Doi.Org/10.47065/Arbitrase.V3i2.481*
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Business And Economics(Jabe)*, 7.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa.
- Kusuma, V. T. (2020). Pengaruh Dompot Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Bagi Mahasiswa Di Universitas Raharja. *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Teknologi Informasi Nilit*, 16(2). *Www.Kominfo.Go.Id*
- Maharani, P. R. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Gopay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *International Journal Administration, Business & Organization*, 4(3), 58–70. *Https://Doi.Org/10.61242/Ijabo.23.273*
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jrea*, 1(1).
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. *Https://Doi.Org/10.36778/Jesya.V5i1.574*
- Ngampus, W., Telagawathi, N. L. W. S., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Eletronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Kota Denpasar. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, 10.
- Pramesti, G., Purnamasari, E., Sulistiyani, E., Vivi Widyanti, D., Administrasi Bisnis, J., Negeri Semarang Jln Soedarto, P. H., Tembalang, S., & Semarang, K. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet ShopeePay Dan Promosi Cash-back Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Vol. 09, Issue 1).
- Pratiwi, T. Y. (N.D.). Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, Dan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (Febi) Universitas Islam Negeri (Uin) Kiai Haji Achmad Siddiq (Khas) Jember
- Puspita Sari, D., (2024). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Jambi Ambok Pangiuk *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi Dan Kenangan Syariah (Jupiekkes)*, 2(1), 64–79. *Https://Doi.Org/10.59059/Jupiekkes.V2i1.803*
- Ramadani Silalahi, P., Safira, R., Aulia Hubara, Z., & Purnama Sari, E. (2022). Pengaruh Dompot Digital Terhadap Budaya Belanja Individu Di Kota Medan. *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), 869–878. *Https://Doi.Org/10.37676/Ekombis.V10i2*
- Sari Farih Devita Eka. (2023). Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Ikip PGRI Bojonegoro.
- Sidoarjo, U. M. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment Dan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19 Indah Dwi Agustin, Fityan Izza Noor Abidin. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 1–14. *Https://Doi.Org/10.47134/Innovative.V1i4*
- Triana Simanjuntak, C., & Daniel Tamburian, H. (2020). Pengaruh Kampanye Go-Pay Day Food And Beverage Terhadap Maxima Mutu Indonesia).
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. *Https://Doi.Org/10.33370/Jpw.V23i1.506*