

**Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku
Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi**

Disusun Oleh:

Mumtaz Syabits Fathoni

NIM 20107020069

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA**

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1323/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUMTAZ SYABITS FATHONI
Nomor Induk Mahasiswa : 20107020069
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Agustus 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A.
SIGNED

Valid ID: 86c904d55193



Penguji I

Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 66d0136e7e73



Penguji II

Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
SIGNED

Valid ID: 66d02873328e



Yogyakarta, 23 Agustus 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 66d00c4430e72

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Mumtaz Syabits Fathoni
NIM : 20107020069
Program Studi : Sosiologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: **Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta** adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, Agustus 2024

Yang Menyatakan,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Mumtaz Syabits Fathoni
NIM: 20107020069

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada :

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan sepenuhnya, saya selaku pembimbing menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Muntaz Syabits Fathoni

NIM : 20107020069

Program Studi : Sosiologi

Judul : Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu bidang keilmuan Sosiologi. Harapan saya semoga saudara dapat segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2024

Pembimbing,



Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A

NIP. 198505022015032005

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas berkah karunia serta kemudahan yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Karya ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya dan seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi serta doa yang tidak pernah putus dilantunkan setiap harinya.

Yang kedua, saya berterimakasih kepada Ibu Astri Hanjarwati yang telah dengan penuh kesabaran membimbing dan memberi arahan kepada saya menyusun tugas akhir ini.

Tak lupa dengan orang-orang terdekat saya yang telah memberikan dukungan secara langsung maupun tidak langsung selama penyusunan tugas akhir ini berlangsung.

Terakhir, untuk diri saya yang selalu berusaha sebaik mungkin dalam melewati setiap proses dalam penyusunan tugas akhir ini.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

“Allah tidak menguji hamba-Nya, kecuali ia memiliki kapasitas untuk melewatinya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“Bekerjalah lebih keras dari orang lain, bekerjalah lebih rajin dari orang lain, bekerjalah lebih cerdas dari orang lain.”



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah melimpahkan banyak sekali rahmat serta pertolongan-Nya. Tak lupa solawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad *Shallahu 'Alaihi Wasallam*, yang telah menuntun manusia menuju kepada jalan terbaik menuju kebahagiaan di dunia maupun di akhirat. Serta merta, atas rahmat dan ridha-Nya dalam kemudahan dan kelancaran dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini dari awal sampai akhir.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Muryanti, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Ibu Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
5. Alm. Bapak Achmad Zainal Arifin, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada saya selama menjadi mahasiswa.

6. Segenap Dosen Program Studi Sosiologi yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta wawasan kepada peneliti selama berkuliah.
7. Seluruh Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berpartisipasi dan terlibat dalam membantu peneliti dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua dan keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini sampai tuntas.
9. Kepada Ormas 833 yang menjadi tempat untuk selalu belajar, berinteraksi, dan mendukung peneliti selama berkuliah sampai detik terakhir pengerjaan skripsi ini.
10. Tidak lupa dengan diri sendiri yang telah berusaha dalam menyelesaikan salah satu tahap dalam kehidupan ini. Terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu menjadi sosok yang lebih baik selama berkuliah hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Dompot digital telah menjadi alat penting dalam aktivitas pembayaran dan transfer uang, memberikan kemudahan dan manfaat signifikan bagi penggunanya, termasuk mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan mengidentifikasi dampak faktor kemudahan serta manfaat terhadap perilaku tersebut. Berdasarkan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM), penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner yang disebar kepada 182 responden dan dianalisis melalui analisis korelasi *Spearman Rho* menggunakan SPSS versi 25.

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang sebelumnya dikenal sebagai IAIN, telah mengalami berbagai transformasi sejak pendiriannya, termasuk perkembangan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) pada tahun 2005. Penelitian ini melibatkan mahasiswa FISHUM, yang terdiri dari tiga program studi, untuk menganalisis pengeluaran bulanan, aplikasi dompet digital yang digunakan, dan frekuensi penggunaannya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa semua item kuesioner valid dan reliabel. Statistik deskriptif mengungkapkan rata-rata dan deviasi standar variabel penelitian, sementara uji normalitas menunjukkan distribusi normal pada variabel perilaku konsumtif dan tidak normal pada variabel lainnya. Analisis korelasi *Spearman Rho* mengindikasikan hubungan signifikan antara faktor kemudahan, manfaat, dan penggunaan dompet digital dengan perilaku konsumtif, dengan koefisien korelasi masing-masing 41,4% untuk pengaruh dompet digital, 52% untuk kemudahan, dan 50,6% untuk manfaat.

Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan dan manfaat penggunaan dompet digital berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sesuai dengan konsep *perceived usefulness* dan *ease of use* dalam TAM. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana untuk menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan dan manfaat teknologi.

Kata Kunci: *E-wallet, Mahasiswa gen-Z, Perilaku Konsumtif, TAM*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka	8
F. Landasan Teori.....	14
1. TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	14
2. Dompot Digital.....	18
3. Perilaku Konsumtif	20
G. Kerangka Teoritik	21
H. Hipotesis	22
I. Metode Penelitian	23
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
2. Variabel Penelitian.....	24
3. Definisi Operasional	24
4. Subjek penelitian.....	25
5. Lokasi penelitian.....	25
6. Populasi dan sampel.....	26
7. Teknik pengumpulan data.....	27

8. Instrumen pengumpulan data	27
9. Uji keabsahan data	29
10. Metode analisis data.....	30
J. Sistematika Penulisan	33
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN.....	35
A. Sejarah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	35
B. Sejarah Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora	38
C. Letak Geografis.....	39
D. Deskripsi Responden	40
1. Program Studi Responden.....	41
2. Jenis Kelamin Responden	41
3. Pengeluaran Responden dalam 1 Bulan.....	42
4. Aplikasi Dompot Digital Responden	43
5. Frekuensi Penggunaan Dompot Digital Responden.....	44
BAB III HASIL DAN ANALISIS DATA PENELITIAN	46
A. Hasil Temuan Data Penelitian.....	46
1. Uji Keabsahan Data	46
2. Faktor Kemudahan (Variabel X1).....	50
3. Faktor Manfaat (Variabel X2).....	53
4. Penggunaan Dompot Digital (Variabel X3).....	55
5. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fishum (Variabel Y)	56
B. Analisis Data Penelitian.....	62
1. Uji Asumsi	62
2. Uji Normalitas.....	63
3. Uji Linieritas	66
4. Analisis Korelasi Spearman Rho	68
C. Kesimpulan Pengujian Hipotesis	74
D. Pembahasan.....	76
BAB IV PENGARUH PENGGUNAAN DOMPOT DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA	78
A. Penggunaan dompot digital	83
B. Faktor kemudahan dalam penggunaan dompot digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	84

C. Faktor manfaat dari penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.....	84
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Hasil Koding Penelitian.....	94
Lampiran 3. Curriculum Vitae.....	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram riset “Seberapa sering kamu menggunakan aplikasi dompet digital?”	4
Gambar 1. 2 Diagram riset “Seberapa besar pengeluaran kamu setiap bulannya??”	6
Gambar 1. 3 Kerangka Teoritik	22
Gambar 3. 1 Manfaat dari dompet digital	53
Gambar 3. 2 Frekuensi penggunaan dompet digital.....	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional	24
Tabel 2. 1 Karakteristik Program Studi Responden.....	41
Tabel 2. 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 2. 3 Karakteristik Jumlah Pengeluaran Responden dalam 1 Bulan	42
Tabel 2. 4 Karakteristik Aplikasi Dompot Digital Responden	43
Tabel 2. 5 Karakteristik Frekuensi Penggunaan Dompot Digital Responden.....	44
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	49
Tabel 3. 4 Kemudahan yang ditawarkan oleh dompot digital.....	51
Tabel 3. 5 Faktor kemudahan terhadap perilaku konsumtif.....	57
Tabel 3. 6 Faktor manfaat terhadap perilaku konsumtif	60
Tabel 3. 7 Hasil Uji Normalitas (Parametrik)	64
Tabel 3. 8 Hasil Uji Normalitas (Non-Parametrik)	65
Tabel 3. 9 Hasil Uji Linieritas (X1 dan X2 terhadap X3).....	66
Tabel 3. 10 Hasil Uji Linieritas (X1, X2, X3 terhadap Y).....	67
Tabel 3. 11 Hasil uji korelasi antara variabel faktor kemudahan (X1) terhadap penggunaan dompot digital (X3).	70
Tabel 3. 12 Hasil uji korelasi antara variabel faktor manfaat (X2) terhadap penggunaan dompot digital (X3).	71
Tabel 3. 13 Hasil uji korelasi variabel faktor kemudahan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y).....	72

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2. Hasil Koding Penelitian.....	94
Lampiran 3. Curriculum Vitae	113



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Beberapa tahun ini, semakin marak terjadi transaksi non-tunai dan semakin marak pula penggunaan dompet digital di kalangan masyarakat. Dompet digital atau umumnya dikenal sebagai *e-wallet* (diambil dari Bahasa Inggris) merupakan aplikasi yang memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan *e-money*, uang digital atau elektronik dan menjadi cara alternatif untuk memudahkan penggunaannya dalam melakukan transaksi finansial. *E-wallet* dianggap sangat efisien karena dapat digunakan hanya dengan meng-*install* aplikasi dompet digital di dalam *smartphone*, lalu dapat menyimpan sejumlah uang di dalam aplikasi tersebut. Selain itu, dalam cara penggunaannya, pengguna hanya perlu memindai *barcode* yang sudah tersedia tanpa harus mengeluarkan dompet ataupun uang fisik sehingga dengan demikian dalam hal ini menambah nilai efisien dan kemudahannya. Lebih lanjut, dompet digital juga dapat digunakan untuk melakukan aktivitas transaksi lain seperti transfer antar ke sesama bank, hingga melakukan transfer ke antar bank yang berbeda. Contoh-contoh dompet digital adalah *Shopeepay*, DANA, OVO, *Gopay*, dan *LinkAja*.¹

Penggunaan dompet digital kian masif di Indonesia. InsightAsia Indonesia menerbitkan penelitian yang berjudul “Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook” pada November tahun 2022. Hasil dari penelitian tersebut

¹ “Dompet Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi,” *accessed* October 9, 2023, <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompet-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>.

menunjukkan bahwa 71% responden dari 1.300 responden di area Jabodetabek, Medan, Bandung, Palembang, Semarang, dan Pekanbaru merupakan pengguna dompet digital aktif untuk menunjang berbagai macam transaksi yang dilakukan. Director dari InsightAsia Indonesia, yaitu Olivia Samosir, dikutip dari artikel Koran Malaysia “The Star” (29 November 2022), menyebutkan “Ada 5 faktor yang menjadikan dompet digital menjadi *market leader*, yaitu keamanan, perlindungan, kemudahan dan kenyamanan, serta adanya batas bulanan gratis dan relevan digunakan dalam kehidupan sehari-hari.”²

Mahasiswa sebagai generasi milenial, yang sangat paham dengan adanya perkembangan teknologi dan dapat memanfaatkannya dengan baik, termasuk dalam penggunaan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari. Dengan mengetahui manfaat dari dompet digital yang lebih mudah dan praktis saat digunakan dalam melakukan pembayaran berpotensi mengarahkan generasi milenial khususnya mahasiswa untuk melakukan pembelian yang cenderung impulsif dan mengarah pada perilaku hingga kebiasaan konsumtif.

Konsumtif atau tindakan membeli barang tanpa melakukan pertimbangan seringkali membuat pelaku tindakan konsumtif mengabaikan pemikiran rasional mengenai fungsi serta kegunaan dari barang yang hendak dibeli, dan lebih mempertimbangkan nilai prestise yang berkaitan dengan status sosial yang akan dihasilkan dengan membeli barang tersebut. Dalam pemaknaannya yang lebih luas,

² “Survei: 71% Orang RI Pakai Dompet Digital, Mana Yang Paling Laris?,” *accessed* October 9, 2023, <https://finance.detik.com/fintech/d-6433675/survei-71-orang-ri-pakai-dompet-digital-mana-yang-paling-laris..>

konsumtif juga dianggap sebagai perilaku yang mengedepankan keinginan daripada kebutuhan, dengan cara mengkonsumsi secara berlebihan dan tanpa disertai skala prioritas atau dapat dimaknai juga sebagai gaya hidup mewah.³

Maraknya penggunaan dompet digital atau *e-wallet* ini kemudian dapat ditunjukkan dari hasil pengamatan terhadap masyarakat. Salah satunya yaitu pengamatan yang dilakukan oleh YouGov yang dituangkan dalam penelitian terbarunya mengenai tren penggunaan dompet digital. Dilansir dari *marketeers.com*, hasil dari penelitian tersebut adalah sebanyak 87% responden yang berumur 18-24 tahun didapati merupakan pengguna dompet digital.⁴ Hal ini memberikan petunjuk bahwa mayoritas mahasiswa berada dalam rentang usia tersebut menggunakan dompet digital. Sedangkan dalam nilai transaksinya, berdasarkan riset dari RedSeer nilai transaksi melalui dompet digital dari seluruh pengguna di Indonesia meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun. Pada tahun 2021, terjadi transaksi senilai 18 juta dollar Amerika, nilai ini kemudian meningkat di tahun 2022 menjadi 30,8 juta dollar Amerika, pada tahun 2023 kembali meningkat dengan lebih tajam yakni senilai 40,5 juta dollar Amerika, dan di tahun 2024 diproyeksikan nilai transaksi mencapai 53,3 juta dollar Amerika serta di tahun

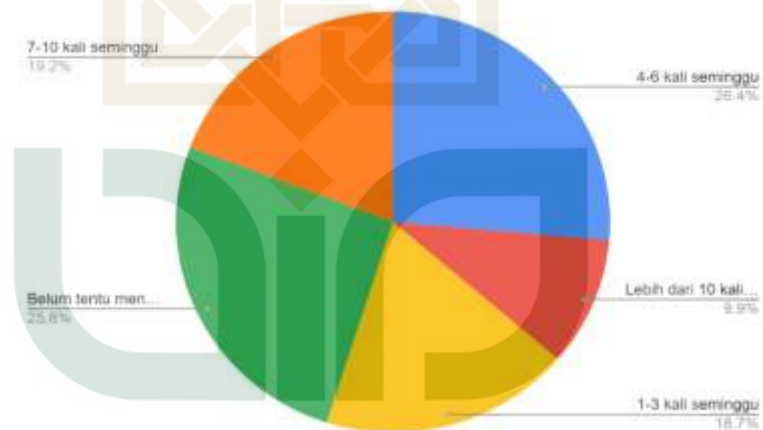
³ Ayun Romadloniyah, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa IPS SMA Negeri 1 BAE Kudus Dalam Perspektif Gender," *Universitas Negeri Semarang* (2019).

⁴ Tri Kurnia Yunianto, "Survei YouGov: 87% Gen Z Gunakan Dompet Digital," accessed October 9, 2023, <https://www.marketeers.com/survei-yougov-87-gen-z-gunakan-dompet-digital/>.

2025 diproyeksikan nilai transaksi akan bertambah secara signifikan senilai 70,1 juta dollar Amerika.⁵

Berikut adalah diagram hasil dari riset yang dilakukan peneliti dengan pertanyaan “Seberapa sering kamu menggunakan aplikasi dompet digital?” dengan target responden dari kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora berjumlah 182 mahasiswa.

Gambar 1. 1 Diagram riset “Seberapa sering kamu menggunakan aplikasi dompet digital?”



Sumber: Olah Data Primer, 2024

Dari diagram di atas, 9,9% responden menggunakan dompet digital sebanyak lebih dari 10 kali dalam seminggu, 19,2% responden menggunakan dompet digital 7-10 kali dalam seminggu, 26,4% responden menggunakan 4-6 kali dalam seminggu, 18,7% responden menggunakan 1-3 kali dalam seminggu, dan

⁵ Reza Pahlevi, “Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar Pada 2025,” *accessed* October 9, 2023, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>.

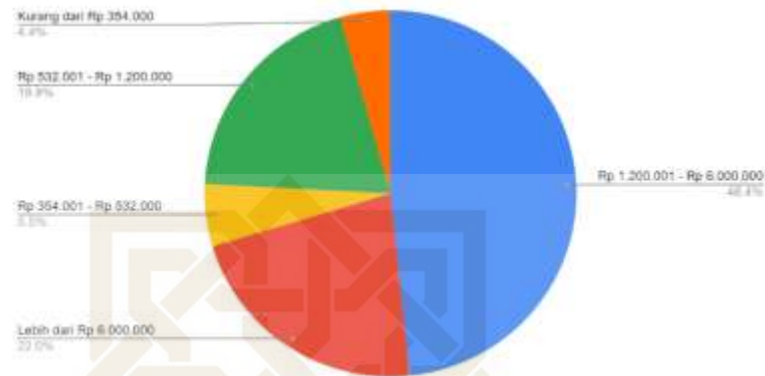
25,6% belum tentu menggunakan dompet digital dalam seminggu. Dari jабaran tersebut, kemudian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa dalam seminggu setidaknya menggunakan dompet digital sebanyak paling sedikit 1 kali.

Selain dari diagram di atas, peneliti juga melakukan riset untuk mengetahui dari kelompok masyarakat mana responden tersebut dengan pertanyaan “Seberapa besar pengeluaran kamu setiap bulannya?” yang nantinya akan dikelompokkan berdasarkan klasifikasi Bank Dunia. Berikut adalah klasifikasi kelompok tersebut:⁶

1. Kelas atas: mengeluarkan dana sebanyak lebih dari 6 juta rupiah per bulan.
2. Kelas menengah: mengeluarkan dana sebesar 1,2 juta rupiah sampai 6 juta rupiah per bulan.
3. Menuju kelas menengah: mengeluarkan dana sebesar 532 ribu rupiah sampai 1,2 juta rupiah per bulan.
4. Rentan: mengeluarkan dana 354 ribu rupiah sampai 532 ribu rupiah per bulan.
5. Miskin: mengeluarkan dana sebesar kurang dari 354 ribu rupiah per bulan atau di bawah angka nasional per bulan.

⁶ Viva Budy Kusnandar, “Sebanyak 115 Juta Masyarakat Indonesia Menuju Kelas Menengah,” *accessed* February 3, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/sebanyak-115-juta-masyarakat-indonesia-menuju-kelas-menengah>.

Gambar 1. 2 Diagram riset “Seberapa besar pengeluaran kamu setiap bulannya??”



Sumber Olah Data Primer, 2024

Di atas adalah diagram hasil riset yang dilakukan oleh peneliti. Dari hasil penjabaran mengenai klasifikasi masyarakat dari Bank Dunia maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden termasuk ke dalam kelompok kelas menengah sebesar 48,4%. Sebesar 22% responden termasuk ke dalam kelas atas. Sebesar 19,8% termasuk ke dalam kelompok menuju kelas menengah. Sebesar 5,5% termasuk ke dalam kelas rentan. Dan sebesar 4,4% responden termasuk ke dalam kelas miskin.

Berdasarkan data yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti bermaksud untuk menganalisis dampak penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, dengan fokus utama pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (Fishum) Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

B. Rumusan Masalah

Sebagai langkah lanjutan dari uraian masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti kemudian memperjelas rumusan masalah menjadi sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini selanjutnya diarahkan untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Di samping itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berperan dalam pembentukan sikap konsumtif di kalangan mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini disusun dengan tujuan untuk menghasilkan temuan yang dapat memberikan kontribusi signifikan, baik dalam aspek teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sehubungan dengan tema penelitian yang berkaitan dengan bidang ekonomi, atau lebih jelasnya pada bidang sosiologi ekonomi, maka kemudian temuan dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi pada bidang tersebut. Selain itu, diharapkan hasil temuan juga dapat memperluas pemahaman tentang perilaku konsumtif, khususnya yang dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital, sehingga dapat

berfungsi sebagai referensi atau pendukung bagi kajian lebih lanjut di masa depan.

2. Manfaat Praktis

Sehubungan dengan tema penelitian yang berkaitan dengan penggunaan dompet digital pada kalangan masyarakat, maka kemudian hasil temuan pada penelitian ini dapat memberikan wawasan serta kontribusi komprehensif kepada masyarakat selaku pengguna dompet digital, khususnya di kalangan mahasiswa Fishum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, mengenai penggunaan dompet digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam upaya mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan tahap awal yang krusial dalam memulai sebuah penelitian. Melalui kajian pustaka, dapat dipastikan tidak terjadinya pengulangan penelitian sebelumnya dan memberikan data yang relevan untuk karya ilmiah. Oleh karena itu, peneliti melakukan tinjauan terhadap beberapa jurnal dan penelitian yang relevan, berhubungan, dan memiliki keterkaitan dengan topik penelitian yang dibahas peneliti.

Beberapa kajian yang telah dilaksanakan oleh Hellen Desiyanti dan Wulandari Agustiningsih,⁷ Reyner Jonathan dan Yasintha Soelasih,⁸ Fitriani Latief

⁷ Hellen Desiyanti and Wulandari Agustiningsih, "Penggunaan E-Wallet Dengan Pendekatan TAM Di Jakarta Barat," *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.793>.

⁸ Reyner Jonathan and Yasintha Soelasih, "Pembentuk Intention To Use Dompet Digital Melalui Consumer Attitude," *Jurnal Manajemen* 19, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.25170/jm.v19i1.2300>.

dan Dirwan,⁹ Taufan Adi Kurniawan dan Supeni Endahjati¹⁰ memiliki garis besar tujuan penelitian yakni untuk mendapatkan data mengenai penggunaan dompet digital dan faktor-faktor penggunaan dompet digital di masyarakat. Penelitian-penelitian ini menjadikan metode kuantitatif sebagai metode dalam penelitiannya dikombinasikan dengan metode untuk mengumpulkan data berupa kuesioner/survei. Hasil penelitian-penelitian yang telah mereka lakukan, didapatkan bahwa faktor kemudahan dan kegunaan dompet digital menjadi dua faktor utama yang menyebabkan dompet digital mudah diterima di dalam masyarakat. Lebih lanjut, ada faktor-faktor yang menjadi faktor pendukung keberterimaan dompet digital di dalam masyarakat seperti rekomendasi dan persetujuan serta dukungan dalam menggunakan dompet digital dari orang terdekat atau yang dihormati. Pada penelitian yang dilakukan oleh Hellen Desiyanti dkk, Reyner Jonathan dan Yasintha Soelasih, Fitriani Latief dan Dirwan, ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi manfaat yang diberikan oleh dompet digital menumbuhkan minat dalam masyarakat. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Reyner Jonathan dan Yasintha Soelasih menambahkan faktor keamanan yang ditawarkan oleh dompet digital menjadi nilai lebih dalam penggunaan dompet digital melalui perilaku konsumen. Sedangkan penelitian Taufan Adi Kurniawan dan Supeni Endahjati memberikan penjelasan mengenai

⁹ Fitriani Latief And Dirwan Dirwan, "Pengaruh Kemudahan, Promosi, Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen* 3, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>.

¹⁰ Taufan Adi Kurniawan, Dewi Kusuma Wardani, and Lucianna Widhayati, "Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM)," *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 5, no. 2 (2019), <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>.

faktor lain yang memudahkan diterimanya dompet digital dalam masyarakat yakni rekomendasi, persetujuan, dan dukungan dari orang terdekat dan orang yang dihormati.

Beberapa studi yang telah dikaji oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti,¹¹ Luh Gede Kusuma Dewi dkk,¹² Rahayu Mardikaningsih dkk,¹³ Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi,¹⁴ Ary Dean Amri dkk,¹⁵ Dela Septiansari dan Trisni Handayani,¹⁶ Mariesa Giswandhani dan Amalia Zul Hilmi,¹⁷ Azka Fikri¹⁸ memiliki garis besar tujuan penelitian untuk menyelami dampak yang ditimbulkan oleh teknologi finansial terhadap perilaku konsumtif. Pada studi-studi ini memakai metode kuantitatif sebagai metode dalam studinya dielaborasikan kuesioner/survei sebagai metode pengumpulan data. Hasil studi-studi yang telah mereka lakukan kecuali penelitian Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi menemukan adanya korelasi yang kuat antara penggunaan teknologi finansial terhadap perilaku konsumtif.

¹¹ Ali Mujahidin and Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial," *Jurnal Inovasi Bisnis* 8 (2018).

¹² Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra, "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021), <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.

¹³ Rahayu Mardikaningsih et al., "Hubungan Perilaku Konsumtif Dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online," *Jurnal Simki Pedagogia*, vol. 3, 2020..

¹⁴ Phyta Rahima and Irwan Cahyadi, "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram," *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2022), <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>.

¹⁵ Ary Dean Amri et al., "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>.

¹⁶ Dela Septiansari and Trisni Handayani, "Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi* 5, no. 1 (2021).

¹⁷ Mariesa Giswandhani and Amalia Zul Hilmi, "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2020)..

¹⁸ A Fikri, "Pengaruh Penggunaan ShopeePay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU," *Komunika*, 2021.

Sementara itu, penelitian Phyta Rahima dan Irwan Cahyadi menyatakan bahwa tidak ada pengaruh penggunaan *Shopeepaylater* dengan perilaku konsumtif. Studi dari Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti, Mariesa Giswandhani dan Amalia Zul Hilmi mendapati bahwa terdapat faktor kemudahan dan kegunaan dalam penggunaan *financial technology* sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Kemudian dalam penelitian Luh Gede Kusuma Dewi dkk, menyebutkan bahwa dengan penguasaan diri yang baik dalam penggunaan uang digital dapat mencegah dan menekan serta meredakan perilaku konsumtif.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Ayun Romadloniyah dan Khasan Setiaji,¹⁹ Novita Dwi Rosmayanti dan Abdul Salam,²⁰ Merfin Hidayat dkk²¹ memiliki garis besar tujuan penelitian untuk memahami perilaku konsumtif pada seseorang dipengaruhi oleh apa saja. Riset-riset ini menjadikan metode kuantitatif sebagai metode dalam riset mereka yang dielaborasi dengan kuesioner/survei untuk mengumpulkan data. Hasil riset yang telah mereka lakukan ini menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang seperti status orang tua. Pada penelitian Ayun Romadloniyah dan Khasan Setiaji mendapati bahwa perilaku konsumtif terpengaruh secara simultan oleh literasi keuangan, konformitas, dan status orang tua sebesar 58,6%. Sedangkan pada penelitian Novita Dwi Rosmayanti dan Abdul Salam mendapati faktor-faktor

¹⁹ Romadloniyah, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa IPS SMA Negeri 1 BAE Kudus Dalam Perspektif Gender."

²⁰Novita Dwi Rosmayanti and Abdul Salam, "Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif," *UTS Student Conference* 1, no. 4 (2023)..

²¹Merfin Hidayat et al., "Sikap Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Empiris Pada Mahasiswa FKIP Universitas Klabat," *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 2023, <https://doi.org/10.37034/infec.v5i2.568>.

perilaku konsumtif yaitu gaya hidup yang berpengaruh signifikan, literasi keuangan serta sikap keuangan yang tidak berpengaruh signifikan. Kemudian pada penelitian Merfin Hidayat dkk menjabarkan bahwa kontrol diri menjadi faktor penentu perilaku konsumtif pada seseorang, perilaku konsumtif yang rendah merupakan dampak dari kontrol diri yang tinggi dari seseorang.

Eksplorasi yang dilakukan oleh Putri Maharani dan Grendi Hendrastomo,²² Kamelia Geovani dan Bernardinus Agus Arswimba,²³ Wanda Asri Nurwahyuni dan Reny Yuniasanti,²⁴ Yunita Tri Kumala Sari dkk,²⁵ dan Ulik Nur Budiyati dan Dyah Pikanthi Diwanti²⁶ memiliki garis besar tujuan penelitian untuk mendapatkan gambaran perilaku konsumtif pada remaja dan mahasiswa di Yogyakarta. Pada penelitian ini, Putri Maharani dan Grendi Hendrastomo serta Yunita Tri Kumala Sari, dkk mengelaborasi metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka dalam eksplorasi yang mereka lakukan. Sedangkan Kamelia Geovani dan Bernardinus Agus Arswimba, Wanda Asri Nurwahyuni dan Reny Yuniasanti, dan Ulik Nur Budiyati dan Dyah Pikanthi Diwanti menjadikan metode kuantitatif sebagai metode dalam penelitiannya yang dielaborasi kuesioner/survei untuk

²² Putri Maharani and Grendi Hendrastomo, "Fenomena Beauty Vlogger Pada Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswi Yogyakarta," *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi* 11, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>.

²³ Kamelia Geovani dan Bernardinus Agus Arswimba, "Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Perantau Membeli Produk Online pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma", *Solusi: Jurnal Konseling dan Pengembangan Pribadi*, 2023, Vol. 5, hal. 75-82.

²⁴ Reny Yuniasanti and Wanda Asri Nurwahyuni, "Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z," *Psychopolytan : Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023), <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>.

²⁵ Tri Kumala Yunita Sari, Grendi Hendrastomo, and Nur Endah Januarti, "Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta," *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 9, no. 2 (2020).

²⁶ Dyah Pikanthi Diwanti and Ulik Nur Budiyati, "Pengaruh Marketing Influencer, Trend Fashion Muslim, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal EMA* 8, no. 1 (2023), <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.326>.

mengumpulkan data. Pada penelitian Putri dan Grendi diketahui bahwa video dari *Beauty Vlogger* membentuk proses simulacra, simulacrum, dan hiperrealitas yang mengakibatkan terbentuknya perilaku konsumtif pada para penontonnya. Pada penelitian Kamelia dan Bernardinus menunjukkan bahwa 25 mahasiswa rantau (50% responden) memiliki kecenderungan konsumtif yang tinggi dalam berbelanja *online*, 5 mahasiswa rantau (10% responden) memiliki kecenderungan konsumtif yang sedang dalam berbelanja *online*, 20 mahasiswa rantau (40% responden) memiliki kecenderungan konsumtif yang rendah dalam berbelanja *online*. Pada penelitian Wanda dan Reny mendapati bahwa perilaku konsumtif generasi Z pada produk *e-commerce* terpengaruh oleh konsep diri yang memberikan kontribusi sebesar 10,3%. Pada penelitian Yunita dkk, menunjukkan bahwa mahasiswa berbelanja *online* karena dipengaruhi oleh iklan, kemudahan berbelanja, dan pengaruh teman sehingga menimbulkan pandangan bahwa berbelanja *online* lebih praktis sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Pada penelitian Ulik dan Dyah mendapati bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terpengaruh secara signifikan oleh gaya hidup.

Terdapat sejumlah besar penelitian terdahulu yang telah membahas penggunaan *financial technology*, termasuk dompet digital, dalam konteks perilaku konsumtif. Pada riset ini juga mengeksplorasi pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini memfokuskan pada dampak penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Perbedaan utama dari studi sebelumnya terletak pada objek penelitiannya, yang kali ini terpusat pada

mahasiswa Fishum di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Meskipun metode yang digunakan tetap konsisten dengan penelitian terdahulu, penulis menjatuhkan pilihan terhadap metode kuantitatif sebagai metode penelitian yang dielaborasi dengan kuesioner/survei untuk mengumpulkan datanya, penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan konteks yang lebih spesifik.

F. Landasan Teori

1. TAM (*Technology Acceptance Model*)

Technology Acceptance Model—atau yang dikenal dengan bentuk akronimnya yaitu TAM, yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986, adalah model penelitian yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan adopsi teknologi informasi.²⁷ Model Penerimaan Teknologi (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred D. Davis pada tahun 1986 merupakan pendekatan teoritis yang terus berkembang dan banyak digunakan untuk menganalisis penerimaan serta adopsi teknologi informasi. TAM menjadi relevan di era digital saat ini karena mampu memberikan pemahaman mendalam tentang proses psikologis yang mendasari penerimaan teknologi baru oleh pengguna. Di tengah percepatan inovasi teknologi yang kompleks, TAM hadir sebagai kerangka sederhana namun kuat untuk menjelaskan faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan suatu

²⁷ Edi Purwanto and Alli, *Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM), Technology Adoption A Conceptual Framework*, 2020.

teknologi.²⁸ Dua komponen utama yang ditonjolkan dalam model ini adalah *perceived usefulness* (kegunaan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan yang dirasakan), yang bersama-sama membentuk dasar dari teori ini dan memandu penelitian di berbagai bidang teknologi.²⁹

Perceived usefulness dalam TAM merujuk pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan produktivitas atau kinerjanya. Sementara itu, *perceived ease of use* menggambarkan persepsi pengguna terhadap seberapa mudah teknologi tersebut untuk dipelajari dan digunakan.³⁰ Keduanya saling terkait secara erat, di mana kemudahan penggunaan sering kali berkontribusi secara langsung pada peningkatan persepsi kegunaan.³¹ Dengan kata lain, teknologi yang mudah digunakan lebih mungkin dianggap bermanfaat oleh pengguna, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk mengadopsi teknologi tersebut. Davis (1989) menegaskan bahwa hubungan antara kedua variabel ini adalah salah satu pilar utama dalam memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi.³²

Selain dua komponen inti tersebut, TAM juga mengidentifikasi beberapa faktor lain yang dapat memengaruhi penerimaan teknologi, seperti

²⁸ Fred D. Davis, "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts," *International Journal of Man-Machine Studies* 38, no. 3 (1993), <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>.

²⁹ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989), <https://doi.org/10.2307/249008>.

³⁰ Desiyanti and Agustiningsih, "Penggunaan E-Wallet Dengan Pendekatan TAM Di Jakarta Barat."

³¹ Davis, "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts."

³² Purwanto and Alli, *Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM)*.

niat untuk menggunakan teknologi (*intention to use*), kepercayaan (*trust*), persepsi keamanan (*perceived security*), serta sikap pengguna terhadap teknologi (*attitude toward using*).³³ *Intention to use* dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan, sementara *trust* dan *perceived security* menjadi kunci dalam lingkungan digital di mana isu privasi dan keamanan data sangat penting. Davis menunjukkan bahwa ketika teknologi dianggap mudah digunakan, aman, dan bermanfaat, niat pengguna untuk menggunakannya akan meningkat.³⁴

Pada konteks penelitian ini, fokus diarahkan pada dua komponen utama TAM, yaitu *ease of use* dan *perceived usefulness*, dalam mengevaluasi adopsi dompet digital. *Ease of use* mencakup keyakinan bahwa teknologi mudah digunakan tanpa memerlukan usaha besar, sedangkan *perceived usefulness* mengukur seberapa jauh pengguna merasa bahwa teknologi tersebut memberikan manfaat yang signifikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika pengguna menemukan bahwa dompet digital menawarkan kemudahan operasional dan manfaat praktis dalam kehidupan sehari-hari, mereka lebih cenderung untuk terus menggunakannya secara berkelanjutan.

TAM telah terbukti menjadi alat analisis yang efektif dalam berbagai konteks,³⁵ termasuk dalam digitalisasi layanan keuangan. Dalam kasus

³³ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

³⁴ Davis, "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts."

³⁵ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology."

dompet digital, persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan memainkan peran penting dalam mendorong tingkat adopsi dan retensi pengguna. Penelitian ini mendukung temuan Davis yang menunjukkan bahwa penerimaan teknologi sangat bergantung pada persepsi pengguna terhadap manfaat nyata yang mereka peroleh serta pada seberapa mudah mereka dapat menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, teknologi yang menawarkan kemudahan dan kegunaan yang tinggi akan lebih diterima dan diadopsi secara luas oleh pengguna.

Lebih jauh, aspek psikologis yang melibatkan *trust* dan *perceived security* juga tak kalah penting. *Trust* berperan sebagai dasar kepercayaan pengguna dalam mengadopsi teknologi baru, terutama di tengah meningkatnya kekhawatiran akan privasi dan keamanan data.³⁶ *Perceived security* mengacu pada sejauh mana pengguna merasa aman dalam menggunakan teknologi tersebut, terutama dalam hal perlindungan terhadap informasi pribadi. Kedua faktor ini memengaruhi tingkat kenyamanan dan keyakinan pengguna dalam terus menggunakan teknologi digital seperti dompet digital.

Penelitian ini berupaya mengevaluasi bagaimana kedua elemen kunci dalam TAM—*ease of use* dan *perceived usefulness*—dapat memengaruhi kepuasan dan keberlanjutan penggunaan dompet digital. Dengan memfokuskan analisis pada elemen-elemen tersebut, penelitian ini memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang

³⁶ Davis.

mendorong adopsi teknologi di era digital. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya relevan dalam konteks penggunaan dompet digital, tetapi juga dapat memberikan kontribusi teoretis yang lebih luas dalam studi adopsi teknologi.

Secara keseluruhan, penerapan TAM dalam penelitian ini memperkuat relevansi model tersebut sebagai alat analisis yang efektif dalam mengevaluasi penerimaan teknologi. Dengan menekankan pentingnya kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi, penelitian ini menunjukkan bagaimana kedua faktor tersebut memainkan peran krusial dalam membentuk sikap dan niat pengguna terhadap teknologi baru. Kerangka dasar yang dikembangkan oleh Davis tetap menjadi acuan penting dalam menjelaskan fenomena adopsi teknologi, yang terus berkembang seiring dengan dinamika kebutuhan pengguna di era digital.

2. Dompet Digital

Evolusi dompet digital di Indonesia bermula dengan diperkenalkannya T-Cash oleh Telkomsel pada tahun 2007. Selanjutnya, penyedia layanan lainnya seperti Indosat memperkenalkan Dompetku pada tahun 2008, diikuti oleh XL Axiata yang meluncurkan XL Tunai pada tahun 2012. Pada tahap awal, servis yang ditawarkan dompet digital ini masih bersifat terbatas, meliputi pengisian pulsa dan data internet serta transfer antar bank yang terhubung dalam jaringan ATM Bersama.³⁷

³⁷ Rosmayanti, "Apa Itu Dompet Digital?," accessed October 15, 2023, <https://wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompet-digital>.

Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2016, GoPay muncul sebagai solusi pembayaran untuk layanan Gojek. Sejak saat itu, GoPay telah berkembang pesat dan kini menawarkan berbagai layanan, termasuk pembukaan rekening bank yang bekerja sama dengan Bank Jago serta opsi pinjaman melalui GoPayLater.³⁸ Selain GoPay, OVO diperkenalkan pada tahun 2017 oleh PT Visionet Internasional. Pada tahap awal peluncurannya, OVO hanya bekerjasama dengan dua lembaga yakni Hypermart dan RS Siloam.³⁹ Saat ini, OVO telah menjadi salah satu layanan dompet digital terkemuka di Indonesia, sebanding dengan GoPay, ShopeePay, DANA, serta berbagai dompet digital lainnya.

Peningkatan penggunaan dompet digital dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor utama adalah kemudahan yang ditawarkan, seperti kemampuan untuk melakukan berbagai transaksi, termasuk transfer uang, membayar tagihan listrik, membayar pajak, dan memenuhi kebutuhan lainnya hanya melalui ponsel pintar. Selain itu, kemudahan praktis dan efisiensi dari sistem tanpa uang tunai mengurangi kebutuhan membawa uang tunai, mengurangi risiko kehilangan uang, dan mempersingkat waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi.⁴⁰

³⁸ “Apa Itu GoPay?,” accessed October 15, 2023, <https://gopay.co.id/bantuan/tentang-gopay/apa-itu-gopay>.

³⁹ “Sejarah Panjang Ovo : Startup Unicorn Kelima Indonesia - Analisa.Id,” accessed October 15, 2023, <https://analisa.id/sejarah-panjang-ovo-startup-unicorn-kelima-indonesia/09/10/2019/>.

⁴⁰ Denni Irawan Daulay, dkk., “Faktor Penentu Penggunaan Dompet Digital pada Konsumen di Daerah Jabodetabek”, *ibr Indonesia Business Review*, Vol. 3, 2020, hal. 76-90.

3. Perilaku Konsumtif

Perilaku manusia dalam konsumsi, yang sering disebut sebagai perilaku konsumen, merujuk pada aktivitas individu yang secara langsung terlibat dalam perolehan dan pemanfaatan barang dan jasa. Selain itu, perilaku konsumen mencakup proses pengambilan keputusan terkait kegiatan tersebut.⁴¹

Perilaku konsumen dapat dikategorikan menjadi dua tipe utama: perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irrasional, yang juga dikenal sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumen rasional ditandai oleh pembelian barang yang sesuai dengan kebutuhan, memberikan manfaat optimal bagi konsumen, memiliki kualitas yang baik, serta disesuaikan dengan kemampuan keuangan. Individu dengan perilaku ini cenderung melakukan keputusan pembelian yang berorientasi pada efisiensi dan fungsionalitas. Sebaliknya, perilaku konsumen irrasional atau konsumtif ditandai oleh kecenderungan mudah tergoda oleh iklan dan promosi tanpa adanya kebutuhan yang mendesak untuk barang tersebut. Konsumen yang terlibat dalam perilaku ini seringkali mengutamakan pembelian barang bermerek yang tidak benar-benar diperlukan dan membuat keputusan berdasarkan kesenangan, status sosial, atau gengsi, daripada berdasarkan kebutuhan praktis.⁴²

⁴¹ dkk. Jefri Putri Nugraha, M.Sc., *Teori Perilaku Konsumen Makalah, PT. Nasya Expanding Management*, 2021. Hal. 2.

⁴² *Ibid*, hal. 11.

Dari penjelasan di atas, perilaku konsumen rasional menekankan pada aspek kebutuhan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Sebaliknya, perilaku konsumen irrasional atau konsumtif cenderung dipengaruhi secara signifikan oleh promosi atau iklan produk, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang substansial sebagai dasar keputusan pembelian.⁴³

Dari penjelasan tersebut, peneliti menentukan beberapa indikator yang akan digunakan dalam menentukan perilaku konsumtif adalah:

1. Pembelian impulsif atau membeli dikarenakan adanya hasrat atau keinginan sesaat untuk membeli dan tanpa pertimbangan rasional dan cenderung bersifat emosional. Biasanya termakan oleh promosi atau iklan dari suatu produk.
2. Pemborosan atau penggunaan dana dalam jumlah besar tanpa disadari, meskipun kebutuhan yang jelas sudah ada.
3. Membeli sesuatu karena mencari kesenangan, gengsi, dan status tanpa mempertimbangkan secara rasional kemampuan keuangan untuk membeli produk tersebut.

G. Kerangka Teoritik

Merujuk pada penjelasan tentang *Technology Acceptance Model* yang dikemukakan oleh Fred D. Davis, serta variabel dan indikator yang telah

⁴³ *Ibid*, hal. 12.

diuraikan, peta konsep pemikiran untuk riset ini dapat dipetakan sebagai berikut:

Gambar 1. 3 Kerangka Teoritik



H. Hipotesis

No	Hipotesis	
H1	H0	Faktor kemudahan tidak mempengaruhi penggunaan dompet digital
	Ha	Faktor kemudahan mempengaruhi penggunaan dompet digital
H2	H0	Faktor manfaat tidak mempengaruhi penggunaan dompet digital
	Ha	Faktor manfaat mempengaruhi penggunaan dompet digital
H3	H0	Faktor kemudahan tidak mempengaruhi perilaku konsumtif
	Ha	Faktor kemudahan mempengaruhi perilaku konsumtif
H4	H0	Faktor manfaat tidak mempengaruhi perilaku konsumtif
	Ha	Faktor manfaat mempengaruhi perilaku konsumtif

No	Hipotesis	
H5	H0	Penggunaan dompet digital tidak mempengaruhi perilaku konsumtif
	Ha	Penggunaan dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana data dikumpulkan melalui teknik survei., yang fokus pada pengukuran objektif terhadap fenomena yang sedang diteliti. Metode kuantitatif ini dirancang untuk menghasilkan data numerik yang didasarkan pada variabel dan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya. Data numerik yang diperoleh kemudian diproses dan dianalisis untuk menghasilkan informasi ilmiah yang relevan. Proses analisis ini memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau generik mengenai fenomena yang diteliti, berdasarkan hasil yang diperoleh dari survei.⁴⁴

Penelitian ini menerapkan metode survei dengan memilih responden berdasarkan sampel yang telah ditentukan. Responden kemudian diberikan kuesioner untuk diisi. Kuesioner ini dirancang sebagai instrumen untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penilaian pengaruh

⁴⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, "Dasar Metodologi Penelitian," *Literasi Media Publishing*, 2015.

penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan komponen yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis, dengan tujuan mengumpulkan data yang relevan dan pada akhirnya menghasilkan kesimpulan yang signifikan. Dalam penelitian ini, variabel independen atau variabel bebas merujuk pada faktor yang mempengaruhi perubahan pada variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, penggunaan dompet digital telah ditetapkan sebagai variabel independen. Di sisi lain, variabel dependen atau variabel terikat adalah faktor yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dijadikan sebagai variabel dependen yang akan dianalisis.

3. Definisi Operasional

Tabel 1. 1 Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Indikator	Alat Ukur dan Skala
Faktor Kemudahan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Mudah dimengerti 3. Mudah digunakan untuk belanja 4. Mudah digunakan untuk menyimpan uang 5. Mudah digunakan untuk transaksi <i>cashless</i> 	Alat ukur menggunakan kuesioner, skala likert: STS = 1 TS = 2 S = 3 SS = 4
Faktor Manfaat (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bermanfaat dalam keseharian 	Alat ukur menggunakan kuesioner, skala likert:

	2. Mempercepat proses transaksi 3. Transaksi lebih tepat dan praktis 4. Memberikan rasa nyaman 5. Mempercepat proses pembayaran	STS = 1 TS = 2 S = 3 SS = 4
Penggunaan Dompot Digital (X3)	1. Frekuensi penggunaan dompet digital dalam seminggu	Alat ukur menggunakan kuesioner, skala likert: Belum tentu menggunakan dalam seminggu = 1 1-3 kali dalam seminggu = 2 4-6 kali dalam seminggu = 3 Lebih dari 6 kali dalam seminggu = 4
Perilaku Konsumtif (Y)	1. Pembelian Impulsif 2. Pemborosan 3. Membeli sesuatu karena mencari kesenangan, gengsi, dan status	Alat ukur menggunakan kuesioner, skala likert: STS = 1 TS = 2 S = 3 SS = 4

4. Subjek penelitian

Dalam penelitian ini, subjek yang menjadi fokus adalah mahasiswa aktif dari Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk tahun akademik 2024.

5. Lokasi penelitian

Menyesuaikan pada subjek penelitian, penelitian ini kemudian mengambil lokasi di UIN Sunan Kalijaga khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Alasan memilih lokasi tersebut dikarenakan UIN Sunan Kalijaga merupakan kampus yang berbasis pada ajaran agama islam yang

mengacu pada al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW yang mengajarkan tentang kesederhanaan sehingga seharusnya orientasi dari perkuliahan di UIN Sunan Kalijaga mengajarkan menjadi manusia yang sederhana. Lalu pemilihan fakultas ilmu sosial dan humaniora dikarenakan mahasiswa di fakultas ilmu sosial dan humaniora memiliki tingkat keragaman yang tinggi secara ekonomi yang turut membentuk keunikan tersendiri bagi mahasiswanya. Tingkat ekonomi yang beragam dipaparkan dari tabel pada latar belakang di atas. Selain itu, Visi FISHUM adalah menjadi institusi terdepan dalam integrasi dan pengembangan studi keislaman, ilmu sosial, dan humaniora demi kemajuan kemanusiaan. Namun, perlu dicatat bahwa program studi yang ditawarkan saat ini tidak fokus pada ilmu keislaman.

6. Populasi dan sampel

- a) Populasi dalam penelitian ini mengacu pada keseluruhan kelompok subjek yang menjadi fokus penelitian. Secara spesifik, populasi penelitian terdiri dari semua mahasiswa aktif angkatan tahun 2024 di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga, yang jumlahnya mencapai 1.813 individu.⁴⁵
- b) Sampel merupakan subset bagian yang dipilih dari populasi yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Berdasarkan ketentuan pengambilan sampel yang diuraikan oleh Arikunto, jika jumlah populasi kurang dari 100, maka keseluruhan populasi dapat

⁴⁵ Didapatkan dari Bagian Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, 21 Februari 2024

dijadikan sampel. Sebaliknya, jika populasi lebih dari 100, sampel yang diambil berkisar antara 10% hingga 15% atau 20% hingga 30% dari total populasi,⁴⁶ karena dalam penelitian ini populasinya berjumlah 1.813 mahasiswa maka diambil sejumlah 10% dari 1.813 yaitu 181,3 mahasiswa atau dibulatkan menjadi 182 mahasiswa.

7. Teknik pengumpulan data

a. Kuesioner.

Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui distribusi kuesioner daring yang dilaksanakan menggunakan platform *Google Form*. Kuesioner dalam penelitian ini dirancang dengan format tertutup, di mana responden diminta untuk memilih dari sejumlah opsi jawaban yang telah ditentukan sebelumnya. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan tujuan penelitian yakni guna mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

8. Instrumen pengumpulan data

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk mengevaluasi dan mengukur variabel-variabel yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini. Sebagai perangkat bantu dalam proses penelitian, instrumen ini berperan penting dalam tahap pengumpulan data, dengan tujuan memastikan hasil yang akurat, tepat, dan memuaskan.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, "Arikunto, Suharsimi.(1993). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.," *Universitas* 1, no. 1 (2009).

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan format tertutup, yang dirancang berdasarkan indikator variabel penelitian. Responden akan diminta untuk memilih satu dari opsi yang tersedia dalam kuesioner. Setiap pertanyaan memiliki empat alternatif jawaban, dan setiap jawaban memiliki nilai skor tertentu. Kuesioner ini menggunakan skala Likert, di mana alternatif jawaban mencakup rentang dari sangat positif hingga sangat negatif.

Dalam kuesioner penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis pernyataan sikap untuk mengelompokkan pilihan jawaban yang akan dipilih oleh responden. Jenis yang pertama adalah pernyataan favorable yang memiliki nilai positif atau mendukung, sedangkan untuk jenis yang kedua adalah pernyataan unfavorable yang memiliki nilai negatif atau bertentangan). Keduanya disusun dengan rincian penilaian sebagai berikut untuk masing-masing pernyataan:

- a. Ketentuan penilaian untuk alternatif jawaban pernyataan yang bersifat favorable.

Sangat setuju: bernilai empat poin/skor.

Setuju: bernilai tiga poin/skor.

Tidak setuju: bernilai dua poin/skor.

Sangat tidak setuju: bernilai satu poin/skor.

- b. Ketentuan penilaian untuk alternatif jawaban pernyataan yang bersifat unfavorable.

Sangat setuju: bernilai satu poin/skor.

Setuju: bernilai dua poin/skor.

Tidak setuju: bernilai tiga poin/skor.

Sangat tidak setuju: bernilai empat poin/skor.

9. Uji keabsahan data

a. Uji Validitas.

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana akurasi dari suatu tes atau skala yang digunakan pada sebuah pengukuran. Dalam sebuah pengukuran dianggap memiliki validitas yang tinggi bila membuat data yang seksama dan bisa menaruh citra terkait variabel yang sedang diukur sesuai dengan tujuan penelitian atau dapat disebut akurat. Akurat pada hal ini artinya berarti sempurna, tepat, atau cermat, sehingga jika pengukuran menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan maka dikatakan sebagai pengukuran yang memiliki validitas rendah.⁴⁷ Dalam uji instrumen yang dilakukan ini peneliti akan menggunakan ketentuan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini dihitung memakai aplikasi SPSS versi 25 menggunakan pearson correlation atau r_{hitung} . Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid bila r_{hitung} yang dihasilkan lebih besar daripada nilai r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas.

⁴⁷ Saifuddin Azwar, "Reliabilitas Dan Validitas, Keempat," *Buletin Psikologi* 3, no. 1 (2015). Hal. 9

Istilah reliabilitas mempunyai beberapa makna seperti keterpercayaan, kestabilan, keajegan, konsistensi dan sebagainya. Uji reliabilitas ini mempunyai tujuan utama untuk memberikan penilaian sejauh mana suatu proses pengukuran dalam penelitian dapat dipercaya. Suatu pengukuran dapat dipercaya apabila dihasilkan output yang relatif konsisten ketika diterapkan beberapa kali pada suatu gerombolan subjek.⁴⁸ Hasil pengujian reliabilitas dinyatakan pada bentuk koefisien reliabilitas, koefisien ini dilambangkan menggunakan nomor mulai menurut 0,00 hingga menggunakan 1,00. Jika hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien mendekati 1,00, hal ini mengindikasikan tingkat reliabilitas yang tinggi. Sebaliknya, jika koefisien mendekati 0,00, maka reliabilitas data dianggap rendah.⁴⁹

Pada tahap pengujian reliabilitas, peneliti memilih untuk menggunakan aplikasi SPSS versi 25 dengan menghitung koefisien reliabilitas *Cronbach's alpha*. Instrumen penelitian dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* yang didapatkan melebihi nilai ambang batas yang telah ditetapkan.

10. Metode analisis data

a. Analisis Deskriptif.

Analisis deskriptif diterapkan untuk mengkonversi data statistik yang berbentuk angka menjadi narasi yang lebih mudah dipahami. Hasil

⁴⁸ *Ibid*, hal. 7.

⁴⁹ *Ibid*, hal. 13.

analisis ini dapat disajikan dalam bentuk diagram atau tabel. Informasi yang diperoleh meliputi jumlah subjek (N), nilai terendah, nilai tertinggi, rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), data yang paling sering muncul (*modus*), serta *standard deviation* (SD). Selain itu, data juga dapat ditampilkan dalam bentuk persentase dan frekuensi.⁵⁰ Analisis ini secara rinci menggambarkan objek penelitian dan menyajikan data yang dihasilkan dalam format yang sederhana dan mudah dipahami.

b. Uji Asumsi.

1. Uji normalitas: uji ini digunakan untuk menentukan apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai p lebih besar dari 0,05 atau 5%, yang memungkinkan penggunaan pendekatan parametrik dalam analisis. Sebaliknya, jika nilai p kurang dari 0,05 atau 5%, ini menunjukkan bahwa data tidak terdistribusi normal, sehingga analisis non-parametrik harus diterapkan.⁵¹

2. Uji linieritas: uji ini digunakan untuk menentukan apakah data penelitian mengikuti pola linier atau tidak. Dengan kata lain, teknik ini mengidentifikasi apakah data tetap berada pada garis linier korelasi dan menentukan apakah korelasi tersebut bersifat positif atau negatif. Jika nilai p kurang dari 0,05 atau 5%, data dianggap

⁵⁰ Miftahun Ni'mah Suseno. 2012. Statistik: Teori dan Aplikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora. Yogyakarta: As Shaff. Hal 36.

⁵¹ *Ibid*, hal 44.

linier dan metode uji hubungan dapat diterapkan. Sebaliknya, jika nilai p lebih besar dari 0,05 atau 5%, data dianggap tidak linier, sehingga uji non-parametrik harus digunakan.⁵²

3. *Analisis Spearman Rho*: Analisis ini merupakan metode yang digunakan untuk menguji adanya korelasi antara satu variabel terikat (dependen) dan satu variabel bebas (independen). Teknik ini mengevaluasi hubungan atau korelasi yang dapat bersifat dua arah, yaitu positif atau negatif. Hubungan positif menunjukkan bahwa peningkatan nilai variabel A berbanding lurus dengan peningkatan nilai variabel B, serta penurunan nilai variabel A diikuti oleh penurunan nilai variabel B. Sebaliknya, hubungan negatif mengindikasikan bahwa peningkatan nilai variabel A diikuti oleh penurunan nilai variabel B, dan penurunan nilai variabel A disertai dengan peningkatan nilai variabel B.

Dalam analisis korelasi, terdapat dua jenis hipotesis, yaitu hipotesis berarah dan hipotesis tidak berarah. Hipotesis berarah mengindikasikan adanya arah hubungan yang spesifik, baik positif maupun negatif. Sebaliknya, hipotesis tidak berarah hanya menyatakan bahwa terdapat korelasi yang terbentuk antara variabel independen dan variabel dependen tanpa menentukan arah hubungan tersebut.⁵³

⁵² *Ibid*, hal 50.

⁵³ *Ibid*, hal 91.

Dalam penelitian ini, hipotesis yang diajukan bersifat tidak berarah, dengan tujuan untuk mengevaluasi adanya korelasi yang menghubungkan antara variabel independen, yaitu penggunaan dompet digital, dan variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

J. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada riset ini dibagi menjadi lima bab yang saling berkesinambungan dalam memberikan informasi, data, serta analisis yang didapatkan oleh peneliti selama melakukan riset. Bab yang pertama berfungsi sebagai bab pendahuluan yang memberikan gambaran besar penelitian yang dilakukan. Bab pertama berisi latar belakang riset yang dilakukan, rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam melakukan riset ini, manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan sumbangsih kepada pembaca, landasan teoritis yang digunakan dalam riset ini, kerangka teoritis yang dipetakan dalam riset ini, hipotesis penelitian, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika penulisan.

Lalu, bab kedua berisikan tentang gambaran dan kondisi umum dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berfokus pada lingkungan Fishum, serta memberikan gambaran karakteristik dari responden. Selanjutnya adalah bab ketiga yang merupakan bab yang berisikan data yang telah diperoleh peneliti selama melakukan riset. Pada bab tiga dipaparkan data mengenai pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Analisis korelasi *Spearman Rho* yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan temuan yang signifikan secara statistik ($p < 0.05$), mendukung penolakan hipotesis nol dan penerimaan hipotesis alternatif. Koefisien korelasi sebesar 0.414 mengindikasikan adanya hubungan positif yang moderat antara penggunaan dompet digital dan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa faktor kemudahan dan faktor manfaat yang ditawarkan oleh dompet digital secara nyata berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, sebuah fenomena yang patut menjadi perhatian dalam konteks literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pribadi.

Analisis korelasi menunjukkan hubungan yang cukup signifikan antara penggunaan dompet digital dengan peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa *Correlation Coefficient* senilai 0,414. Hasil ini mengindikasikan bahwa sekitar 41,4% varians dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan dompet digital.

Analisis korelasi *Spearman Rho* mengkonfirmasi signifikansi empat hipotesis tambahan. Khususnya, variabel faktor kemudahan menunjukkan korelasi positif yang moderat dengan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Kalijaga (r

= 0,489). Temuan ini mengindikasikan bahwa sekitar 48,9% dari variabilitas dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kemudahan penggunaan dompet digital.

Dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan faktor yang cukup kuat dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Kalijaga. Koefisien korelasi sebesar 0,501 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang moderat antara kedua variabel, di mana sekitar setengah dari variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh manfaat tersebut.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, bagi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, penting untuk mengevaluasi secara kritis pemanfaatan dompet digital dalam konteks perilaku konsumtif. Meskipun kemudahan dan manfaatnya sudah tidak terbantahkan, perlu adanya kesadaran akan potensi dampak negatif yang mungkin timbul. Kedua, bagi pengembang aplikasi dompet digital, hasil riset yang telah dilakukan ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih yang berharga dalam pengembangan fitur-fitur yang lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna dan mendorong penggunaan yang lebih bijaksana. Terakhir, bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini membuka peluang untuk eksplorasi lebih lanjut mengenai variabel dan objek penelitian yang lebih spesifik. Hal ini akan memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika penggunaan dompet digital dalam konteks yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- Amri, Ary Dean, Allif Al Fattahillah, Chealsy Amanda, Hadiah Tri Marlia Putri, Nurul Adila, and Pandu Syahrez Alkautsar. "Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>.
- "Apa Itu GoPay?" Accessed July 24, 2024. <https://gopay.co.id/bantuan/tentang-gopay/apa-itu-gopay>.
- Azwar, Saifuddin. "Reliabilitas Dan Validitas, Keempat." *Buletin Psikologi* 3, no. 1 (2015).
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989). <https://doi.org/10.2307/249008>.
- . "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts." *International Journal of Man-Machine Studies* 38, no. 3 (1993). <https://doi.org/10.1006/imms.1993.1022>.
- Desiyanti, Hellen, and Wulandari Agustiningsih. "Penggunaan E-Wallet Dengan Pendekatan TAM Di Jakarta Barat." *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 8, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.793>.
- Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, and I Made Pradana Adiputra. "PENGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.
- Diwanti, Dyah Pikanthi, and Ulik Nur Budiyati. "Pengaruh Marketing Influencer, Trend Fashion Muslim, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal EMA* 8, no. 1 (2023). <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.326>.
- "Dompot Digital Naik Daun, Membetot Minat Kala Pandemi." Accessed July 24, 2024. <https://www.bi.go.id/id/bi-institute/BI-Epsilon/Pages/Dompot-Digital--Naik-Daun,-Membetot-Minat-Kala-Pandemi.aspx>.
- Fikri, A. "Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU." *Komunika*, 2021.
- Giswandhani, Mariesa, and Amalia Zul Hilmi. "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 2 (2020).
- Jefri Putri Nugraha, M.Sc., dkk. *Teori Perilaku Konsumen Makalah. PT. Nasya Expanding Management*, 2021.

- Jonathan, Reyner, and Yasintha Soelasih. "PEMBENTUK INTENTION TO USE DOMPET DIGITAL MELALUI CONSUMER ATTITUDE." *Jurnal Manajemen* 19, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.25170/jm.v19i1.2300>.
- Kurniawan, Taufan Adi, Dewi Kusuma Wardani, and Lucianna Widhayati. "PENGARUH KEBERTERIMAAN LAYANAN PEER TO PEER LENDING KEPADA UMKM SEBAGAI PENGGUNA DENGAN MENGGUNAKAN METODE TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)." *JURNAL SOSIAL EKONOMI DAN HUMANIORA* 5, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>.
- Kusnandar, Viva Budy. "Sebanyak 115 Juta Masyarakat Indonesia Menuju Kelas Menengah." Accessed July 24, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/14/sebanyak-115-juta-masyarakat-indonesia-menuju-kelas-menengah>.
- Latief, Fitriani, and Dirwan Dirwan. "PENGARUH KEMUDAHAN, PROMOSI, DAN KEMANFAATAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN UANG DIGITAL." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen* 3, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.35326/jiam.v3i1.612>.
- Maharani, Putri, and Grendi Hendrastomo. "FENOMENA BEAUTY VLOGGER PADA PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWI YOGYAKARTA." *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi* 11, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.21831/dimensia.v11i2.59264>.
- Mardikaningsih, Rahayu, Ella Anastasya Sinambela, Didit Darmawan, Dita Nurmalasari, Program Studi Manajemen, and Universitas Mayjen Sungkono. "Hubungan Perilaku Konsumtif Dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online." *Jurnal Simki Pedagogia*. Vol. 3, 2020.
- Merfin Hidayat, Andrew Christian Aseng, Noldin Jerry Tumbel, and Lanemey Brigitha Pandeiro. "Sikap Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Empiris Pada Mahasiswa FKIP Universitas Klabat." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 2023. <https://doi.org/10.37034/infv.v5i2.568>.
- Mujahidin, Ali, and Rika Pristian Fitri Astuti. "Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial." *Jurnal Inovasi Bisnis* 8 (2018).
- Pahlevi, Reza. "Pasar E-Wallet Indonesia Diproyeksikan Capai US\$70 Miliar Pada 2025." Accessed July 24, 2024. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/21/pasar-e-wallet-indonesia-diproyeksikan-capai-us70-miliar-pada-2025>.
- Purwanto, Edi, and Alli. *Model Konseptual Minat Penggunaan E-Wallet: Technology Acceptance Model (TAM). Technology Adoption A Conceptual Framework*, 2020.
- Rahima, Phyta, and Irwan Cahyadi. "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap

- Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram.” *Target : Jurnal Manajemen Bisnis* 4, no. 1 (2022). <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>.
- Romadloniyah, Ayun. “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa IPS SMA Negeri 1 BAE Kudus Dalam Perspektif Gender.” *Universitas Negeri Semarang*, 2019.
- Rosmayanti. “Apa Itu Dompot Digital?” Accessed July 24, 2024. <https://wartaekonomi.co.id/read212834/apa-itu-dompot-digital>.
- Rosmayanti, Novita Dwi, and Abdul Salam. “Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.” *UTS STUDENT CONFERENCE* 1, no. 4 (2023).
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik. “Dasar Metodologi Penelitian.” *Literasi Media Publishing*, 2015.
- Sari, Tri Kumala Yunita, Grendi Hendrastomo, and Nur Endah Januari. “Belanja Online Dan Gaya Hidup Mahasiswa Di Yogyakarta.” *Jurnal Pendidikan Sosiologi* 9, no. 2 (2020).
- “Sejarah Panjang Ovo : Startup Unicorn Kelima Indonesia - Analisa.Id.” Accessed July 24, 2024. <https://analisa.id/sejarah-panjang-ovo-startup-unicorn-kelima-indonesia/09/10/2019/>.
- Septiansari, Dela, and Trisni Handayani. “Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi* 5, no. 1 (2021).
- Suharsimi Arikunto. “Arikunto, Suharsimi.(1993). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta.” *Universitas* 1, no. 1 (2009).
- “Survei: 71% Orang RI Pakai Dompot Digital, Mana Yang Paling Laris?” Accessed July 24, 2024. <https://finance.detik.com/fintech/d-6433675/survei-71-orang-ri-pakai-dompot-digital-mana-yang-paling-laris>.
- Yunianto, Tri Kurnia. “Survei YouGov: 87% Gen Z Gunakan Dompot Digital.” Accessed July 24, 2024. <https://www.marketeers.com/survei-yougov-87-gen-z-gunakan-dompot-digital/>.
- Yuniasanti, Reny, and Wanda Asri Nurwahyuni. “Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z.” *Psychopolytan : Jurnal Psikologi* 6, no. 2 (2023). <https://doi.org/10.36341/psi.v6i2.3018>.