

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan perekonomian dunia baik yang berlangsung di negara-negara maju maupun negara-negara berkembang tidak terlepas dari peranan uang. Uang memiliki peranan yang paling penting dalam segala aspek aspek ekonomi mulai dari kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi. Uang dianggap lebih memperlancar kegiatan perekonomian dan mempermudah langkah yang harus dilakukan seseorang untuk memperoleh barang ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Uang telah digunakan sejak berabad-abad yang lalu dan merupakan salah satu penemuan manusia yang menakjubkan. uang mempunyai sejarah yang sangat panjang dan telah mengalami perubahan yang sangat besar sejak dikenal manusia, awalnya masyarakat primitif yang hidup berkelompok dan dapat memenuhi kebutuhan sendiri (*self sufficient*) belum mengenal atau membutuhkan uang sebagai alat penukar. lalu dalam perkembangannya setelah mereka tidak dapat lagi memenuhi kebutuhannya sendiri dan mulai berhubungan dengan masyarakat lain maka timbullah suatu kebutuhan untuk melakukan pertukaran antar individu atau antar kelompok masyarakat tersebut.

Pertukaran inilah pada awalnya dilakukan dengan cara menukarkan suatu barang dengan barang lain yang dikenal dengan sistem barter dalam sistem barter ini, semua barang harus dapat diukur dengan seluruh atau sebagian barang

lainnya. Namun dengan semakin kompleksnya perekonomian yang berkembang di masyarakat sistem barter ditinggalkan hingga munculnya kebutuhan akan adanya suatu alat tukar-menukar yang mempermudah masyarakat untuk melakukan dan memperlancar perekonomian yaitu uang.

Proses penggunaan benda-benda sebagai alat tukar menukar atau yang sekarang disebut sebagai uang berlangsung secara bertahap dan sangat lama hingga dalam perkembangan selanjutnya masyarakat menggunakan benda logam dan kertas sebagai uang dan menggunakan uang tidak tunai sudah mulai dikenal. perkembangan penggunaan uang yang tidak berbentuk secara konkret ini, seiring dengan melesatnya perkembangan teknologi informasi yang dapat memudahkan mengefisiensi, mengurangi waktu dan biaya dalam bertransaksi. maka dari itu timbullah kecenderungan masyarakat untuk menggunakan dompet digital atau uang elektronik ataupun elektronik money atau *e-money*.

Uang elektronik menurut peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 memiliki arti sebagai instrumen pembayaran. Dimana memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau *chip*. Dan nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan atau transfer dana.

Hampir semua kegiatan ekonomi, sudah menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran. seperti mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga

seperti listrik air, telepon dan lain sebagainya. Supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Cara dan proporsi transaksi uang logam dan dan kertas sudah Kian tergeser dengan kehadiran uang elektronik. pembayaran dengan menggunakan uang elektronik ini mengurangi peredaran uang kertas dan logam atau tunai. Sebaliknya juga, jumlah uang elektronik yang beredar semakin mengalami peningkatan.

Ramadhani dalam (<https://akseleran.co.id>blog>) menyatakan dengan semakin perkembangan dan serta kemajuan pada sistem pembayaran elektronik, kini telah hadir salah satu pembayaran elektronik yaitu “Dompet digital”. Dompet digital berbeda dengan halnya pada uang elektronik, uang elektronik biasanya berbentuk fisik seperti kartu ATM dengan *chip* yang dimiliki (*chip based*) tertanam dalam media kartu yang lain. Sementara itu dompet digital adalah media yang berbasis server (*server based*) sehingga syarat penggunaannya harus terkoneksi pada jaringan internet terlebih dahulu.

Penggunaan dompet digital belakangan popularitasnya semakin menanjak, terlebih setelah dua pemimpin pasar pembayaran digital, yakni go-pay dan Ovo massif menawarkan berbagai promo menggiurkan. Penetration pembayaran lewat *mobile* ini pun hampir menginjak angka 30% berdasarkan hasil studi dari lembaga riset independen konfidensial banyak orang mulai merasakan manfaat dompet digital seperti menawarkan Kepraktisan, efisiensi, keamanan, hingga promo dan diskon layaknya kartu kredit dan kini dompet digital didefinisikan sebagai aplikasi yang digunakan untuk transaksi secara *online* melalui *smartphone*.

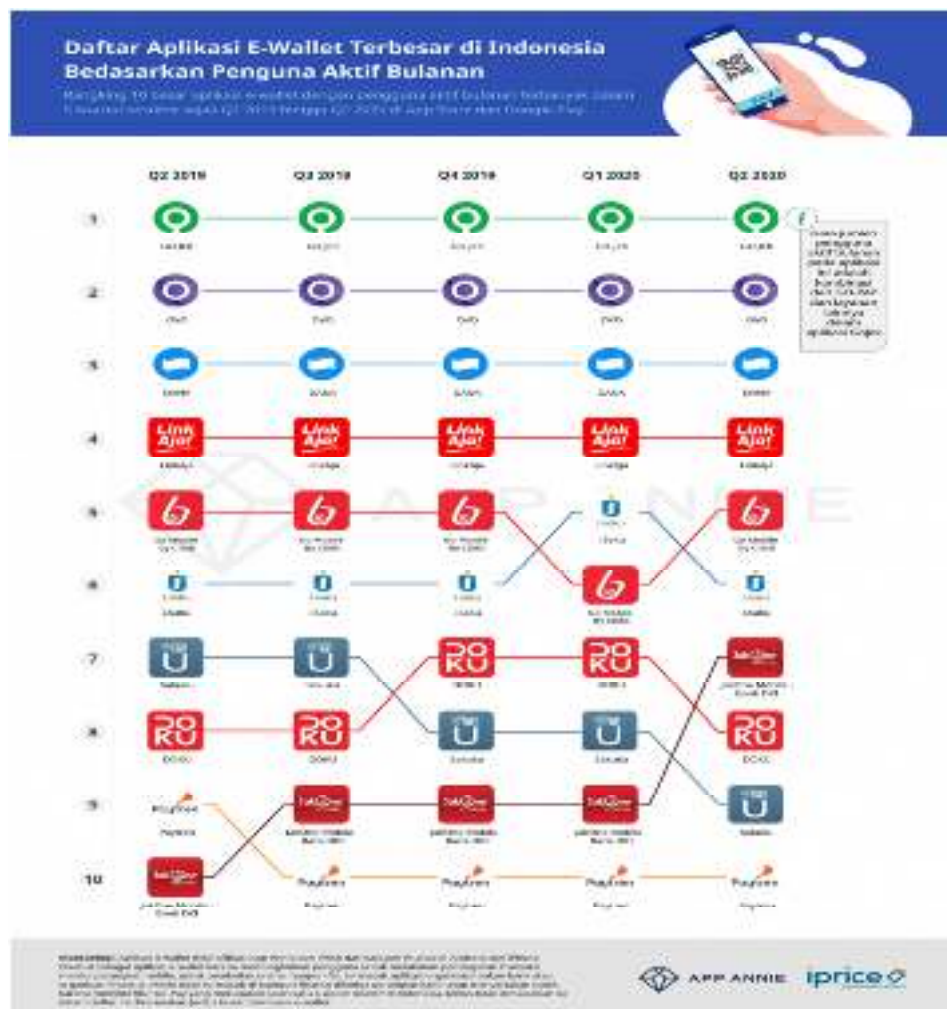
Menurut Wartaekonomi dalam (<http://www.wartaekonomi.co.id>) Pertumbuhan dompet digital di Indonesia diawali oleh Telkomsel T-cash pada tahun 2007, Lalu disusul dompetku oleh Indosat setahun setelahnya, dan XL Tunai dari Xi Axiata pada 2012 . Layanannya pun terbilang masih sedikit, yakni meliputi top up pulsa dan data internet serta transfer uang ke bank yang tergabung dalam ATM Bersama dengan perkembangan teknologi yang pesat dompet digital mulai bertransformasi dengan memperluas layanan pembayaran. seperti go-pay yang meluncur pada tahun 2016, selain bisa digunakan untuk berbagai layanan lain yang ada di aplikasi go-jek, juga bisa untuk melakukan transaksi diberbagai merchant di pusat pembelanjaan. Sementara Ovo yang sudah bekerjasama dengan grab dan Tokopedia, diterima oleh 70% Pusat pembelajaan di Indonesia termasuk Cafe bioskop, penyelenggara parkir, dan supermarket disusul oleh pendatang baru DANA, menyediakan fitur meliputi pembelian pulsa, tagihan listrik dan telepon, pembayaran PDAM, iuran BPJS, cicilan kartu kredit, serta transfer dana antar pengguna.

Dompet digital kini semakin populer di kalangan masyarakat karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan, terlebih lagi sejak merebaknya covid-19 yang membuat transaksi digital terus meningkat, hal tersebut selaras dengan adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih sering beraktivitas dari rumah. Berdasarkan riset dari ipsos dompet digital lokal masih mendominasi masyarakat Indonesia berikut dompet digital apa saja atau e-wallet yang terbaik tahun 2020 Berdasarkan riset ipsos yang bisa dijadikan sebagai pilihan yaitu sebagai berikut: seperti Go-pay, Ovo, Dana, linkAja, Octo Go Mobile, isaku,

JakOne Mobile, Doku, Sakuku, dan Paytren. Pilihan masyarakat bergeser ke arah kemudahan digitalisasi terus menguat. Penerimaan masyarakat akan dompet digital sebagai alat pembayaran ini tidak terlepas dari penerimaan masyarakat akan hadirnya teknologi dalam uang elektronik. Berikut daftar aplikasi dompet digital (e-wallet) terbesar di Indonesia berdasarkan aktif bulanan, yaitu :

Gambar 1.1

Pengguna dompet digital aktif bulanan Q2 2019 – Q2 2020



Sumber : iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-Indonesia

Berdasarkan data di atas ranking dompet digital di Indonesia juga didominasi oleh pemain lokal. Hal ini bisa dikaitkan dengan suksesnya promosi dan *campaign* yang dilakukan oleh pengembang *e-wallet* Indonesia dan dukungan dari pemerintah dalam membawa Indonesia untuk lebih menjadi *Cashless Society*.

Nurhikmah dalam (iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-Indonesia) menyatakan Gopay, Ovo, Dana dan LinkAja merupakan 4 *e-wallet* dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak selama periode Q2 2019-Q2 2020. Untuk aplikasi dengan total download terbanyak juga diduduki oleh keempat pemain tersebut Gopay, Ovo, Dana dan LinkAja. Sejalan dengan banyaknya pengguna aktif dari keempat aplikasi diatas terdapat ketenaran dari masing-masing dominan player *e-wallet* dalam negeri menurut riset Ipsos yaitu dengan hasil 58% dari responden memilih Gopay sebagai *e-wallet* paling familiar bagi mereka, diikuti Ovo sebanyak 29%, Dana 9% dan LinkAja 4% responden. Untuk selanjutnya dompet digital dengan pengguna aktif bulanan terbanyak dari dari posisi 6 hingga ke 10 untuk periode Q2 2020 diduduki oleh Gomobile by CIMB, isaku, JakOne Mobile-Bank DKI, Doku, Sakuku, dan Paytren.

Gopay merupakan salah satu layanan yang tersedia disuper app Gojek berhasil menduduki peringkat pertama sebagai dompet digital dengan jumlah pengguna aktif bulanan terbanyak sejak Q2 2019 hingga 2020, Ovo dan dana dompet digital Non-Bank dengan konsisten berada di posisi 3 besar dompet digital dengan pengguna aktif tertinggi selama periode Q2 2019 hingga 2020 Ovo menduduki peringkat kedua disetiap kuartalnya dan diikuti oleh Dana berhasil dengan konsisten menduduki peringkat ketiga diperiode yang sama, LinkAja

sebagai salah satunya dompet digital milik BUMN (Badan Usaha Milik Negara) memiliki ranking statis sejak Q2 2019 hingga Q2 2020 dan JakOne Mobile Bank DKI dompet digital Bank Ibu Kota dengan pengguna aktif bulanan yang naik empat peringkat dan pada Q1 2020 JakOne Mobile menduduki peringkat sembilan namun pada Q2 2020 JakOne Mobile naik empat peringkat diposisi kelima.

Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan dompet digital ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. pengonsumsi suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia, namun sebagai alat pemuas keinginan pergeseran makna dalam pengonsumsi suatu barang yang mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan dompet digital. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari seorang konsumen. konsumen dari perspektif konsumen dapat berarti; yaitu (a) Pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan, (b) barang, Jasa, harga, kemasan, kualitas, kredit toko, layanan purna jual, (c) menawar, mencari informasi, Membandingkan merek, dan (d) persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup.

Munculnya sistem transaksi secara digital membuat masyarakat terutama kalangan mudah terlebih lagi mahasiswa lebih mudah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya diantaranya untuk pembelian buku dan keperluan kuliah lainnya. Hal ini disebabkan karena menggunakan dompet digital transaksi belanja lebih efisien, cepat, aman dan nyaman. Maka dari itu adanya peningkatan penggunaan dompet

digital dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa lebih konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan negatif, aspek positifnya dari perilaku konsumtif yaitu timbulnya rasa puas, dimana rasa puas ini timbul karena konsumen bisa memilih kombinasi berbagai macam barang dan jasa yang terbaik dari anggaran yang tersedia selain itu perilaku konsumtif juga dapat menambah pengalaman, hal ini terjadi apa bila konsumen mengonsumsi barang dan jasa baru, yang belum pernah dipakai atau digunakan sebelumnya. Selain itu perilaku konsumtif memiliki aspek negatif, salah satunya adalah memupuk sifat dan gaya hidup konsumerisme yang menganggap barang-barang sebagai ukuran kesenangan, kebahagiaan dan harga diri. Dengan perilaku konsumtif tersebut akan mendorong mahasiswa tidak hanya membeli barang-barang yang menjadi kebutuhan kuliahnya saja tetapi bisa juga membeli barang dan jasa yang sebenarnya belum menjadi kebutuhannya.

Maka dari itu yang menjadi motivasi penulis untuk mengangkat judul dompet digital ini dikarenakan penulis merupakan salah satu pengguna dompet digital dan memiliki ketertarikan pada sistem pembayaran elektronik khususnya telah dikembangkan untuk pembayaran transaksi secara elektronik diinternet yang dimana salah satunya yaitu dompet digital , dompet digital (*E-Wallet*) sendiri ialah bagian dari uang elektronik (*E-Money*) yang merupakan salah satu inovasi dalam instrumen pembayaran dan dimana dompet digital ini dikembangkan oleh PT.Visionet Internasional salah satu perusahaan total IT Managed yang ada di Indonesia. Terlebih-lebih pada masa sekarang ditengah wabah pandemi covid-19 pelajar/mahasiswa, pengusaha, dan masyarakat lainnya lebih cenderung

melakukan kegiatan secara online mulai sejak dari tahun 2019 hingga sampai sekarang 2021 demi mematuhi protokol kesehatan dan menjaga diri dari penyebaran virus covid-19, maka dari itu transaksi dan pembayaran juga lebih cenderung banyak digunakan secara online oleh masyarakat maupun mahasiswa dalam melakukan setiap aktivitas dan transaksi.

Dengan urain ini, maka dari itu penulis berkeputusan untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas maka sebagai rumusan masalahnya yaitu apakah ada pengaruh penggunaan dompet digital secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat. Adapun manfaat tersebut sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dapat menjadi sebagai wadah meningkatkan kemampuan penulis dalam berfikir secara ilmiah, sistematis, dan metodologi yang berkaitan mengenai Dompot digital terhadap Perilaku konsumtif.

2. Bagi masyarakat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan kebijakan dalam penggunaan dompet digital serta dapat memberikan pemahaman dan manfaat bagaimana pengaruh Dompot digital terhadap Perilaku konsumtif.

3. Peneliti lainnya

Sebagai bahan pertimbangan atau referensi bagi penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Dompot Digital

2.1.1 Defenisi Dompot Digital.

Dompot digital membuat pembayaran untuk pembelian melalui web lebih efisien dengan menghilangkan kebutuhan para pembeli untuk memasukan alamat dan informasi kartu kredit setiap melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Dompot digital (*digital wallet*) dengan aman menyimpan informasi kartu kredit dan identitas pribadi, dan menyediakan informasi tersebut di “*checkout counter*”. Dompot digital memasukan nama, nomor kartu kredit, dan informasi pengiriman pembeli secara otomatis ketika diminta untuk menyelesaikan pembelian.

Menurut Kenneth dan Jane (2008:79), “Dompot digital merupakan peranti lunak yang menyimpan informasi kartu kredit dan informasi lainnya untuk mendukung fungsi pengisian formulir dan pembayaran barang melalui web”. Dompot digital adalah media yang berbasis server (*server based*) yang biasanya akan berbentuk aplikasi sehingga syarat penggunaannya harus terkoneksi pada jaringan internet. Fungsinya dompot digital ini mirip seperti dompot saku atau dompot fisik, perbedaannya nominal didalam dompot digital hanya bisa digunakan pada ritel rekanan yang menyediakan pembayaran sesuai dengan layanan dompot digital yang tersedia dan digunakan melalui *smartphone*.

Menurut Simulasikredit.com (<http://www-simulasikredit-com>) “Dompet digital adalah aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara *online*”. Tanpa kartu dan tanpa uang tunai, pengguna tinggal mengoperasikan smarphone yang memiliki aplikasi tersebut saat melakukan transaksi pembayaran. Selain menawarkan kemudahan dompet digital juga dinilai lebih aman karena dilindungi kata sandi yang hanya bisa diakses oleh pengguna. Menurut Kreditpedia.net (dalam <http://www.kreditpedia.net>) Aplikasi dompet digital ini biasanya menggunakan beragam platform pembayaran yaitu :

a. QR Code (Quick Response Code)

QR Code merupakan sebuah gambar dua dimensi yang berisikan kode-kode untuk mengarahkan pada data tertentu.

b. NFC (Near Field Comunication)

Mendukung aplikasi pembayaran digital secara nirkontak (contactless).

c. OTP (One Tim Password).

One Time Password yaitu kode verifikasi sekali pakai berupa angka yang dikirimkan lewat sms dan email dan sebagai kata sandi untuk meningkatkan keamanan pada akun.

2.1.2 Keuntungan dan Kekurangan Dompet Digital

Dompet digital menawarkan sederet keuntungan ditengah kemajuan teknologi, sehingga mengunduh dan membuat akun pada dompet digital terkesan menggiurkan. Namun meski mempermudah aktivitas ekonomi dompet digital juga memiliki beberapa keuntungan dan kelemahan yaitu; Menurut Yoga dalam (<https://www.cosmopolitan>) sebagai berikut :

a) Keuntungan

1. Praktis

Kecanggihan teknologi memang membuat pengguna dompet digital menjadi efisien dan praktis. Cukup membawa ponsel, dengan itu bisa melakukan transaksi diberbagai ritel yang menyediakan jasa layanan dompet digital.

2. Jaringan luas

Dengan total 500.00 ritel yang menerima layanan pembayaran dompet digital di Indonesia-mulai dari usaha mikro, kecil dan menengah, sampai toko ritel terkenal, aplikasi-aplikasi tersebut bisa dipakai hampir dimanapun dan kapanpun.

3. Memberikan kemudahan

Hal ini juga membuat tak perlu repot-repot bolak-balik ke ATM untuk mengambil uang tunai. Selain menguntungkan sebagai pengguna, pihak penjual juga tak perlu repot-repot menyediakan uang kembali karena pembayaran asli dilakukan dengan nominal yang sesuai

4. Banyak promo

Mulai dari penawaran instan *cashback*, penambahan poin, sampai potongan harga instan.

5. Banyaknya inovasi yang ditawarkan

Berdasarkan laporan dari *Nomura ASEAN internet: opening Up the Mobile wallet*, Gopay menjadi 10 tipe service yang ditawarkan. Diantaranya adalah pengantar makanan, transportasi publik, pembelian

tiket bioskop, pembayaran e-commerce, layanan logistik, pengiriman barang, pembelian pulsa, penarikan tunai, pembayaran tagihan bulanan, dan P2P lainnya.

6. Aman

Dengan adanya sistem sekuritas berupa kata sandi yang hanya diketahui pengguna ketika akan melakukan transaksi pembayaran, hal ini membuat aplikasi layanan dompet digital dipercaya oleh masyarakat/pengguna.

7. Ada catatan riwayat transaksi

Setiap melakukan transaksi, pengguna bisa dapat melihat riwayat pembelian pada aplikasi. Selain itu, bukti pembayaran juga dapat bisa dikirimkan via surel setiap melakukan transaksi.

8. Top up mudah

Mengikuti kemajuan zaman, pengguna dapat melakukan Top up saldo dompet digital dapat dilakukan diberbagai gerai *offline* seperti alfamart, Indomaret, Hypermart, dan lainnya tanpa harus memiliki rekening di bank.

b) Kelemahan

1. Lebih boros

Dibalik keunggulan sistem pembayaran elektronik, aplikasi tersebut juga membuat pengeluaran menjadi terlalu mudah dan pengangan menjadi lebih sulit.

2. Hanya berlaku pada ritel tertentu

Layanan aplikasi dompet digital hanya berlaku pada ritel rekanan. Dengan begitu, apabila pengguna bertransaksi di tempat yang bukan rekanan, maka pengguna harus menggunakan metode pembayaran lain.

3. Bergantung pada jaringan internet

Apabila jaringan ponsel buruk atau terputus pada lokasi pembayaran, maka tidak bisa melakukan transaksi.

4. Rentan eror

Karena bergantung pada *server*, ada beberapa yang membuat keadaan aplikasi rentan dan tidak bisa digunakan di waktu-waktu tertentu.

5. Bergantung pada ketahanan ponsel

Dengan kata lain, pengguna harus menjaga baterai ponsel selalu berada pada kondisi siap digunakan. Selain itu, semakin banyak aplikasi yang digunakan, maka semakin banyak juga memori yang terpakai pada ponsel.

6. Banyaknya kasus penipuan

Salah satu alasan utama mengapa banyak orang meragukan dompet digital adalah karena banyaknya kasus penipuan atau *fraud* yang terjadi pada layanan aplikasi dompet digital. Dan seringkali, kasus *fraud* tersebut tidak bisa di-*tracking* sehingga pengguna akan kehilangan uangnya tanpa mendapat biaya ganti rugi dari penyedia layanan.

7. Saldo awalnya tidak bisa di transfer ke rekening awal

Uang yang kini menjadi saldo tersebut hanya bisa mengendap diaplikasi layanan tersebut sampai pengguna menggunakannya.

8. Promo hanya berlaku pada layanan dompet digital tersebut

Cashback atau poin memang terkesan menggiurkan, namun promo tersebut tidak bisa diuangkan. Sistem cashback hanya bisa digunakan kembali dengan aplikasi dompet digital yang sama, dan hanya bisa dipakai di ritel rekanan. Begitupun dengan promo poin, kamu hanya bisa menukarkan poin dan mendapatkan keuntungan lewat layanan tersebut, membuat pengguna terpaksa harus loyal pada satu layanan saja.

2.1.3 Transaksi menggunakan dompet digital dengan aman

Menurut Darmawan dalam (<http://oneshild.com>) Berikut beberapa tips menggunakan dompet digital agar keuangan tetap aman dan data pengguna aman dari akases yang tidak diinginkan, yaitu :

1. Tentukan batas saldo untuk masing-masing dompet digital dan juga total seluruh saldo dompet digital. Jadi ini bisa membatasi risiko jika terjadi peretasan.
2. Lakukan penambahan dana (top-up) sekaligus dalam jumlah yang dianggarkan untuk menghemat biaya top-up.
3. Pada banyak kasus, pengguna kehilangan kontrol terhadap pengeluaran yang dibayar dengan menggunakan dompet digital dikarenakan :
 - Sering melakukan Top-up dengan nominal kecil, yang lama-kelamaan jika diakumulasi jumlahnya signifikan.

- Detail pengeluaran dengan pembayaran menggunakan dompet digital tidak dicatat, yang dicatat hanya total saldo top-up, sehingga tidak bisa dilacak pengeluarannya untuk apa.
4. Hindari fasilitas bayar nanti (contoh:PayLater) untuk konsumsi sekarang. Ada biaya yang timbul dan denda jika pengguna tidak membayar cicilan/terlambat.
 5. Selain dari penyelenggara dompet digital yang harus meningkatkan proteksi keamanan data pelanggan, sebagai penggunapun harus menjaga keamanan data pribadi dengan cara:
 - Lindungi piranti pribadi dengan pasword/touch ID.
 - Untuk dompet digital, gunakan PIN/password yang tidak mudah ditebak (hindari menggunakan tanggal lahir atau angka berurutan).
 - Pengguna harus hati-hati dengan sosial engineering. Jangan pernah membagikan password atau kode verifikasi/OTP (One Time Password) yang pengguna terima di peranti elektronik (gadget) kepada siapapun.

2.1.4 Jenis-jenis dompet digital

Dompet digital memiliki banyak jenis serta manfaat dalam penggunaannya dan kini salah satu dompet digital yang semakin populer dikalangan masyarakat karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan. Menurut Nurhikmah (dalam <http://artikel.rumah123.com>) berikut 10 (sepuluh) dompet digital terbaik di Indonesian yaitu :

1. Go-pay .

Go-pay tak hanya sukses di transportasi online, gojek juga sukses dengan layanan e-waletnya yakni go-pay. Go-pay bisa melakukan top up dengan beberapa metode sekaligus, seperti Internet Banking, mobile banking, hingga ATM. sudah mengantongi izin resmi dari Bank Indonesia go-pay ini Dalam Dompot digital memudahkan dalam bertransaksi digital mulai dari transportasi online, pemesanan makanan, pengisian pulsa, pembayaran tagihan, hingga jasa pengiriman.

2. Ovo.

Dompot digital terbaik kedua dipegang oleh ovum yang dimiliki oleh grab. Ovo menguasai lebih dari 10% pusat belanja di Indonesia, seperti bioskop Cafe, hingga supermarket, sama halnya dengan go-pay dompet digital Opo ini juga punya beragam pilihan untuk top up bisa melalui internet banking, ATM, hingga Mobile Banking. go-pay tak hanya sukses di transportasi online, gojek juga sukses dengan layanan e-waletnya yakni go-pay. Go-pay bisa melakukan top up dengan beberapa metode sekaligus, seperti Internet Banking, mobilbanking, hingga ATM. sudah mengantongi izin resmi dari Bank Indonesia go-pay ini Dalam Dompot digital memudahkan dalam bertransaksi digital mulai dari transportasi online, pemesanan makanan, pengisian pulsa, pembayaran tagihan, hingga jasa pengiriman.dalam Oppo ini banyak fitur yang terdapat di aplikasi mulai dari transfer antar bank, pembayaran transaksi e-commerce hingga transportasi online.

3. Dana.

Dompot digital dana ini sudah mengantongi izin dari pihak bank Indonesia sebagai lembaga keuangan digital. aplikasi ini juga mempunyai keunggulan tersendiri, sebab aplikasi ini sudah terhubung dengan data dari pihak kependudukan dan Catatan Sipil, dan tidak lain dari aplikasi ini juga untuk berbagai hal dari berbelanja online hingga pembayaran tagihan rumah tangga.

4. LinkAja.

linkAja merupakan produk dompet digital dari Sinergi beberapa perusahaan Indonesia, yaitu HIMBARA (Himpunan Bank Milik Negara- termasuk Bank Mandiri), Telkomsel, dan Pertamina. link aja juga mempunyai beragam fitur yang memudahkan transaksi digital mulai dari pembayaran tagihan hingga belanja online.

5. OctoGoMobile.

Aplikasi dompet digital OctoGoMobile salah satu produk dari Bank CIMB Niaga dan tak hanya memudahkan transaksi digital sama seperti aplikasi dompet digital lainnya sama-sama memiliki keamanannya sebab dilengkapi dengan sistem keamanan fingerprint dan *face lock* dan bisa juga *login* di satu perangkat.

6. iSaku.

Dompot digital iSaku kerap digunakan untuk memudahkan transaksi di Indomaret semakin mudah maka dengan begitu hanya perlu mengisi saldo iSaku jika ingin berbelanja di Indomaret. aku juga menggunakan sistem reward berupa poin setelah melakukan transaksi, maka poin-poin tersebut

bisa ditukarkan dengan berbagai promo yang ada di Indomaret dan bukan hanya itu dompet digital isaku juga dilengkapi dengan berbagai fitur berbelanja online, transfer dan hingga tarik tunai.

7. JakOneMobile.

JakOneMobile salah satu aplikasi dompet digital yang layanan keuangan terdiri dari Mobile Banking dan mobil wallet.

8. Doku.

Dompet digital Doku sama seperti dompet digital lainnya bisa bertransaksi digital dengan mudah mulai dari bayar tagihan bulanan, beli pulsa, hingga belanja online, dan an Doku ini memiliki keamanan dan privasi data menggunakan sistem keamanan ganda.

9. Sakuku.

Dompet digital sakuku ini dimiliki oleh Bank Central Asia atau BCA, dompet digital ini cukup besar karena mayoritas perusahaan di Indonesia cenderung menggunakan BCA untuk membayar gaji karyawannya . aplikasi dompet digital ini terbagi menjadi dua jenis yaitu sakuku dan sakuku Plus. perbedaannya terdapat dari jumlah maksimal saldo yang dapat disimpan di dalamnya sakuku hanya bisa menyimpan saldo maksimal hingga 2 juta, Sementara sakuku Plus memungkinkan menyimpan saldo hingga 10 juta. dan sakuku Plus dilengkapi dengan berbagai fitur tambahan seperti *split Bill* dan tarik tunai.

10. Paytren.

Dompot digital paytren memiliki beragam fitur yang memudahkan penggunanya bertransaksi digital mulai dari bayar tagihan bulanan, belanja online, hingga sedekah online.

2.1.5 Indikator Dompot Digital

Dengan adanya dompet digital, tidak jauh dari yang namanya penggunaan. Menurut Hadijah (www.cermati.com) salah satu dalam perusahaan jasa finansial online CERMATI, terdapat beberapa keuntungan yang menjadi indikatornya dengan menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran, antara lain yaitu:

1. Super praktis dan efisien, karena kita tidak perlu lagi pergi ke ATM terdekat untuk melakukan pembayaran.
2. Lebih aman, karena walaupun handphone hilang tidak berarti dana di dompet digital hilang karena aplikasi bisa didownload ulang dan adanya keharusan mengetik PIN sebelum melakukan transaksi.
3. Bertransaksi bisa dilakukan dimana saja tanpa menggunakan uang tunai lagi.
4. Top up saldo dompet digital dapat dilakukan diberbagai gerai *offline* seperti alfamart, Indomaret, Hypermart, dan lainnya tanpa harus memiliki rekening di bank.
5. Riwayat transaksi tercatat, setiap transaksi yang dilakukan akan tercatat secara berurutan.
6. Banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan seperti halnya kartu kredit yang memanjakan nasabahnya sebagai *reward* dan diskon.

2.2 Perilaku konsumtif

2.2.1 Defenisi perilaku

Ferrinadewi (dalam Firmansyah 2018 : 8) “Perilaku merupakan keyakinan dan rasa senang pada suatu produk dan jasa yang akan mendorong konsumen melakukan tindakan sebagai wujud dari keyakinan dan perasaannya”. Banyak defenisi tentang perilaku akan tetapi pada dasarnya sama, hanya berbeda cara merumuskannya, mendefinisikan perilaku sebagai berikut : Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara kognisi, efeksi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka”. Defenisi ini memuat hal penting yaitu : Perilaku konsumen bersifat dinamis, sehinga susah ditebak/diramalkan.

1. Melibatkan interaksi: kognisi, efeksi, perilaku dan kejadian disekitar/lingkungan konsumen.
2. Melibatkan pertukaran, seperti menukar barang milik penjual dengan uang milik pembeli.

2.2.2 Defenisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros.

Menurut Sumartono (dalam jurnal Miranda 2017:8) “Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut membeli sesuatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan”.

Menurut Sumartono (dalam jurnal Dikria 2016:132) “Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut”. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Chita dkk (dalam jurnal Dikria 2016:132) “Perilaku konsumtif ini merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Tidak terencananya pembelian barang atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritasnya”.

Menurut Mayasari dan Naomi (dalam jurnal Handayani 2014:11) “Menyatakan bahwa Implikasi perilaku konsumtif pada pembentukan kehidupan masyarakat yang etis yakni seorang yang berperilaku konsumtif merasa tidak cukup dengan apa yang dimilikinya”. Hal ini mendorong individu memenuhi standar kebutuhan yang lebih tinggi dari kebutuhan fungsional. Hal ini membuat individu sibuk mementingkan kepentingan pribadi dan tidak sempat memikirkan kepentingan orang lain apa lagi untuk berbagi sebagian miliknya dengan orang lain seperti yang diajarkan agama. Dampak lainnya individu akan membeli kebutuhannya dengan segala cara yang tidak etis termasuk melakukan tindakan kriminal seperti pencurian korupsi dan lain-lain.

Dengan uraian diatas dapat disimpulkan perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik.

2.2.3 Terbentuknya perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Sedangkan perilaku konsumtif itu muncul terutama setelah adanya masa industrialisasi dimana barang-barang diproduksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen yang lebih luas. Media, baik elektronik maupun massa dalam hal ini menempati posisi strategi dalam membentuk perilaku konsumtif, yaitu sebagai medium yang menarik minat konsumen dalam membeli barang.

Menurut Lina dan Rosyid (dalam Lestarina, dkk 2017:4), mengatakan “bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan”. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh sesuai keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Hal ini diperkuat oleh Anggasari (dalam jurnal Triyaningsih, 2011:175) yang menyatakan bahwa “perilaku

konsumtif ditandai dengan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan”.

2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Suyasa dan Fransisca (dalam jurnal Triyaningsing 2011:175) menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu :

1) Hadirnya iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional.

2) Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

3) Gaya hidup

Munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerek dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

4) Kartu kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

2.2.5 Indikator Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid (dalam jurnal Yustati 2018:52) mengukur perilaku konsumtif dengan indikator, sebagai berikut :

1. Impulsive Buying

Keputusan membeli produk atau jasa yang tidak direncanakan. Atau keputusan membeli terjadi secara tiba-tiba dan seketika sebelum melakukan pembelian.

2. Non Rasional Buying

Non Rational Buying adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

3. Wasteful Buying

Perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengkonsumsi lebih dari kebutuhan atau dengan kata lain adalah pemborosan dalam berbelanja.

2.3 Penelitian Terdahulu

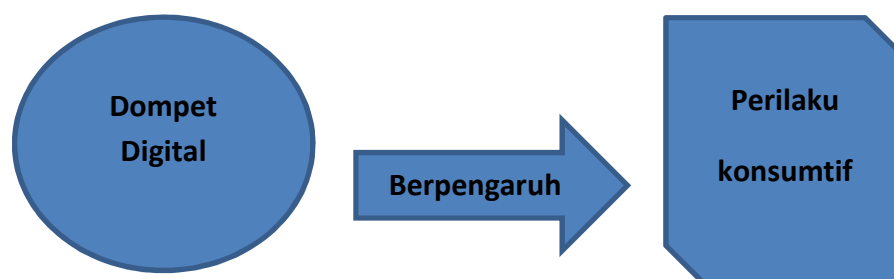
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ririn Anggreini (Skripsi) Universitas Esa Unggul. Jurnal Psikologi Volume 12 Nomor 1, Juni 2014.	Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas ESA Unggul	Sama-sama membahas mengenai perilaku konsumtif (Y) dan menggunakan metode penelitian kuantitatif	variabel (X), serta tempat penelitian
2	Lailatu Syifa (skripsi), Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan UIN Syarifdayatullah Jakarta	Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Sama-sama membahas mengenai perilaku konsumtif variabel (Y)	Tempat penelitian, variabel (X)
3	Inddarti Kusumaningtyas (Skripsi)	Pengaruh literasi keuangan dan Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif	Sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif (Y)	Variabel (X) dan tempat penelitian

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka dan konsep dalam penelitian ini yaitu melihat adanya pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif. Berikut adalah gambar terhadap kerangka pemikiran variabel bebas adalah aplikasi dompet digital (X) dan variabel terikat adalah perilaku konsumtif (Y).

Gambar 2.1 Kerangka konseptual penelitian



2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan dengan didukung dengan teori yang relevan, maka hipotesis atau jawaban sementara dapat dirumuskan sebagai berikut:

- Ho : Tidak terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Ha : Terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Universitas HKBP Nommensen Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Menurut Winarni (2018:24) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasilnya berupa angka-angka.

Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifiknya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjektif penelitian, objektif penelitian, sampel data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).

Metode penelitian ini, metode yang menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah bertujuan untuk mengetahui dan memperoleh informasi tentang sejumlah responden tersebut yang mewakili populasi dalam penelitian pengaruh variabel bebas yaitu aplikasi dompet digital terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.2 Lokai dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas HKBP Nommensen Medan, yang beralamat di Jl.Sutomo No.4A, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan dimana rata-rata Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen memiliki dan menggunakan dompet digital. Adapun yang menjadi jadwal pelaksanaan penelitian ini yang dijabarkan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian Dan Penulisan Skripsi

NO	KEGIATAN	WAKTU KEGIATAN																											
		Feb-21				Mar-21				Apr-21				Mei-21				Jun-21				Jul-21				Agu- Sept 21			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																												
2	ACC Judul																												
3	Persetujuan Pembimbing																												
4	Penyusunan Proposal																												
5	Bimbingan Proposal																												
6	Seminar Proposal																												
7	Revisi Proposal																												
8	Pengumpulan Data																												
9	Pengolahan dan Analisis Data																												
10	Bimbingan Skripsi																												
11	Periksa Buku																												

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian mempunyai peranan sentral dan menentukan. Kedua istilah itu merupakan suatu konsep yang mempunyai karakteristik dan sifat-sifat tertentu, Yusuf (2014:144).

3.3.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Winarni (2018 :38) adalah didefinisikan “sebagai suatu himpunan yang terdiri dari orang, hewan, tumbuh-tumbuhan, dan benda-benda yang memiliki kesamaan sifat”.

Siregar (2013:30) “populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup, dan sebagainya”. Maka dari itu, dalam penelitian ini, sebagai populasinya adalah mahasiswa semester genap tahun 2020/2021 di Universitas HKBP Nommensen Medan yang berjumlah 8.380 orang. Berikut daftar jumlah Mahasiswa semester genap tahun 2020/2021 :

Tabel 3.2**Jumlah mahasiswa semester genap tahun 2020/2021**

No	Fakultas	Jumlah Sampel
1	Fakultas Bahasa dan Seni	296
2	Fakultas Ekonomi	2.241
3	Fakultas Hukum	1.133
4	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	2.215
5	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	388
6	Fakultas Pertanian	581
7	Fakultas Psikologi	352
8	Fakultas Peternakan	144
9	Fakultas Teknik	800
10	Fakultas Kedokteran	227
	Jumlah	8.380

Sumber : PSI Universitas HKBP Nommensen Medan, 2020/2021

3.3.2 Sampel

Sampel sederhana dapat dikatakan bahwa, sampel adalah sebagian populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut, Yusuf (2014:150) “menyatakan bahwa sebagian dan mewakili dalam batasan di atas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya”.

Arikunto (2013:95) “jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antar 100 hingga 150 orang, dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket/kuesioner, sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya”.

Pengertian sampel menurut Winarni (2018:40) adalah: “didefinisikan sebagai sembarangan himpunan sebagai bagian dari suatu populasi”. Adapun sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa semester genap tahun 2020/2021 Universitas HKBP Nommensen Medan. Dalam penelitian ini

teknik penarikan sampel menggunakan metode Sampel Probability (*Probability Sampling*) dengan jenis *Proportionate Stratified Random Sampling*, dalam *Proportionate Stratified Random Sampling* teknik ini hampir sama dengan *simple random sampling* namun penentuan sampelnya memerhatikan strata (tingkatan) yang ada dalam populasi. Noor (2011: 158) untuk menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut yaitu:

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Derajat ketelitian atau nilai kritis yang di inginkan (persenan kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sampel) sebesar 10%

Dengan rumus Slovin diatas maka jumlah sampel pada penelitian

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

$$n = \frac{8.380}{1+8.380(10\%)^2}$$

$$n = \frac{8.380}{84,8}$$

$$n = 99$$

Jumlah sampel per fakultas dihitung dengan menggunakan rumus :

$$n.s.i = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan :

N = Total populasi

n = Total sampel

Ni = Populasi setiap fakultas

n.s.i = Sampel dari setiap fakultas

Tabel 3.3

Jumlah sampel

No	Fakultas	Jumlah sampel
1	Fakultas Bahasa dan Seni	$296/8.380 \times 99 = 4$
2	Fakultas Ekonomi	$2.241/8.380 \times 99=26$
3	Fakultas Hukum	$1.133/8.380 \times 99=13$
4	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	$2.215/8.380 \times 99=26$
5	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	$388/8.380 \times 99 =5$
6	Fakultas Pertanian	$581/8.380 \times 99 =7$
7	Fakultas Psikologi	$352/8.380 \times 99 =4$
8	Fakultas Peternakan	$144/8.380 \times 99 =2$
9	Fakultas Teknik	$800/8.380 \times 99 =9$
10	Fakultas Kedokteran	$227/8.380 \times 99 =3$
	Jumlah	99

Sumber : Hasil olahan 2020/2021

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian, dengan cara mengumpulkan tanggapan dan pendapat para responden tentang permasalahan yang dihadapi.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

a) Kuesioner (angket)

Menurut Noor (2011:139) bahwa kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.

b) Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah tersedia atau data yang telah diolah dari lembaga atau organisasi penyelidik sebelumnya. Data sekunder diperoleh melalui media perantara atau secara tidak langsung berupa buku, dokumen yang tersedia, catatan yang telah ada atau arsip baik yang dipublikasikan secara umum.

3.5 Defenisi Operasional

Menurut Noor (2011:97) “meyatakan bahwa defenisi operasional adalah bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel”.

Metode pemecahan masalah terhadap objek pembahasan ditentukan dengan menetapkan variabel penelitian yang di jabarkan ke dalam subvariabel. Selanjutnya di jabarkan kedalam indikator, kemudian indikator tersebut di jadikan sebagi titik tolak untuk menyusun item-item instrument (alat ukur) yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 1 variabel idenpenden (X) ialah Dompot digital atau variabel bebas dan sedangkan variabel (Y) ialah Perilaku konsumtif atau variabel terikat. Berikut ini merupakan tabel defenisi operasional dalam penelitian yaitu :

Tabel 3.4
Defenisi Operasional Variabel X

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Dompot digital (X)	Dompot digital merupakan peranti lunak yang menyimpan informasi kartu kredit dan informasi lainnya untuk mendukung fungsi pengisian formulir dan pembayaran barang melalui web	<ol style="list-style-type: none"> 1. Super praktis dan efisien, 2. Lebih aman, 3. Top up saldo dompet digital dapat dilakukan diberbagai gerai <i>offline</i>. 4. Bertransaksi dimana saja. 5. Riwayat transaksi tercatat, secara berurutan. 6. Banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan 	Likert

Tabel 3.5

Defenisi Operasonal Variabel Y

1	Defenisi	Indikator	Skala
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seseorang tersebut membeli suatu barang yang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Impulsive buying. Keputusan membeli produk atau jasa yang tidak direnanakan. Atau keputusan pembelian terjadi secara tiba-tiba dan seketika sebelum melakukan pembelian. 2. Non rational buying. Perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau marketing dari suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. 3. Wasteful buying. Perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengonsumsi lebih dari kebutuhan atau dengan kata lain adalah pemborosan dalam berbelanja. 	Likert

3.6 Uji Instrumen

Secara umum penulis dapat menguji instrumen yang telah disusun, yaitu menguji keandalan dan validitas pengukuran. Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan untuk mendapatkan atau mengumpulkan data. Tentunya dalam penyusunan sebuah kuesioner harus benar-benar dapat menggambarkan tujuan dari penelitian tersebut (valid) dan juga dapat konsisten bila pertanyaan tersebut dijawab dalam waktu yang berbeda (reliabel).

Dalam penelitian ini, kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Noor (2011:128) menyatakan bahwa “skala likert merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan”. Skala likert merupakan salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

Tabel 3.6
Skala Pengukuran

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

3.6.1 Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data. Mekanisme untuk mendapatkan data uji validitas dan reliabilitas yaitu pernyataan yang disusun berdasarkan indikator dari variabel X dan Y diuji cobakan kepada 25 orang /responden di luar sampel yang ditentukan.

3.6.1.1 Uji Validitas

Menurut Noor (2011:132) bahwa “uji validitas atau kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang di ukur”. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah koesioner yang di susun tersebut itu valid/sahih, maka perlu di uji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total koesioner tersebut.

Kriteria uji validitas yaitu:

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instumen atau item-item pertanyaan signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid. Namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak signifikan dan tidak valid. Tetapi jika hasil dari kedua perhitungan uji validitas memiliki hasil yang sama, maka dilakukan pengukuran ulang dengan membandingkan hasil yang ada dengan data atau teori lain yang relevan.

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2011:130) “uji reliabilitas/keterandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat di percaya atau di andalkan”. Uji reliabilitas merupakan ketetapan suatu hasil pengukuran/asesment dalam penelitian akan ditentukan oleh berbagai factor antara lain, konsistensi, stabilitas, atau ketelitian alat ukur/inventori yang digunakan, tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrumen handal dan dapat dipercaya.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Sujarweni (2015:192) mengatakan Uji reliabilitas intrumen dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka reliabel.

3.7 Analisis Data

Analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mengajukan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Uji Asumsi klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

3.7.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diteliti berasal dari populasi distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji normal P-P Plot Of Regression dan uji Kolmogrov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan :

1. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model normalitas menunjukkan memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. Jika $\text{sig} \geq$ maka data berdistribusi normal
4. Jika $\text{sig} <$ maka data tidak berdistribusi normal

3.7.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedasitas, uji heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah terjadi ketidaksamaan varians dan residuals satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas. Adapun dasar untuk menganalisisnya yaitu, sebagai berikut:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedasitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.

3.7.2 Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk membuktikan hipotesis penelitian, analisis ini akan menggunakan input berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner. Regersi linear sederhana merupakan teknik statistik untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Siregar (2013:284) regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (indenpenden) dan satu variabel tak bebas (dependen) dengan rumus :

$$Y = a+bx$$

Dimana

Y = Perilaku konsumtif

X = Dompot digital

A = Konstanta

B = Regresi

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan data penelitian. Suatu perhitungan variabel disebut signifikan secara sistematis apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah krisis (daerah dimana H_0 ditolak). Namun sebaliknya disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam (daerah dimana H_0 diterima). Uji hipotesis yang dilakukan yaitu, sebagai berikut:

3.7.3.1 Uji t (uji parsial)

Uji t dapat digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Maka dari itu apakah variabel (X) dompet digital mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif.

Uji ini dilakukan dengan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuannya, yaitu melihat pengaruh dari X terhadap Y dilakukan dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya : Penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya : Penggunaan dompet digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

3.7.3.2 Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi R^2 pada intinya dengan mengukur kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai koefisien berkisaran antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable (X) terhadap variabel (Y) adalah besar. sebaliknya jika R^2 mendekati 0, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variable bebas (X) terhadap variable (Y) adalah kecil. Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih yaitu variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat).

