

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan dukungan internet menyebabkan banyak sekali perubahan di berbagai aspek kehidupan termasuk dalam sektor keuangan. Perilaku keuangan merupakan isu yang tidak dapat dihindarkan saat ini, terutama berkaitan dengan perilaku konsumsi masyarakat. Dalam perspektif akuntansi keperilakuan adalah pengembangan dari ilmu akuntansi yang selalu mengikuti perubahan lingkungan dan aspek-aspek keperilakuan manusia dalam proses pengambilan keputusan ekonomi (Sari, 2021). Perubahan perilaku masyarakat dalam proses pengambilan keputusan ekonomi dalam kacamata akuntansi keperilakuan menyatakan bahwa gaya hidup menunjukkan bagaimana cara hidup seseorang dalam membelanjakan uangnya, dan mengalokasikan waktunya (*Shopping lifestyle*) (Sari,2021).

Hal ini sangat berdampak pada generasi muda terutama pada mahasiswa, banyak dari mereka cenderung berpikir jangka pendek dan kurang bertanggung jawab dalam keputusan keuangan yang menciptakan beberapa masalah keuangan jika tidak diikuti dengan perencanaan keuangan yang tepat (Kholilah dan Iramani,2013). Meskipun pada awalnya perencanaan keuangan hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun kini perencanaan keuangan juga dilakukan oleh industri kecil, industri rumahan, bahkan untuk kalangan pribadi. Perencanaan keuangan diperlukan untuk menentukan arah dalam pengelolaan keuangan seseorang. Menurut Kholilah dan Iramani (2013) perilaku pengelolaan keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur

perencanaan, penganggaran, pemeriksaan dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari. Perkembangan zaman perlu diperhatikan oleh pengambil keputusan keuangan.

Perkembangan zaman ini cenderung mempercepat perkembangan sifat *modernisasi*, pola pikir serta perilaku di masyarakat. Masyarakat menjadi kurang realistis dalam mengambil keputusan keuangan mereka terutama mahasiswa. Beberapa ingin menyimpan informasi, beberapa ingin mengumpulkan informasi sebelum melakukan pembelian, namun tidak sedikit pula yang melakukan pembelian hanya karena mengikuti insting mereka (Zahroh, 2020). Dengan adanya aktivitas digital ekonomi menjadikan peluang bagi masyarakat untuk menjajajahi berbagai jenis produk atau jasa disitus *online market* sebagai sebagai salah satu kegiatan yang menghilangkan rasa jenuh mereka. Kemudahan layanan dan fasilitas -fasilitas yang ditawarkan *online market* menjadikan seseorang mengkonsumsi produk berdasarkan keinginan dan diluar kebutuhan.

Kegiatan konsumsi biasa dilakukan oleh manusia dikehidupan sehari-hari, dan apabila manusia mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dalam mengkonsumsi akan mendorong pada perilaku konsumtif (Mu'amala & Wahjudi, 2021). Perilaku Konsumtif sering diartikan dengan kegiatan belanja yang berlebihan. Menurut Sumartono dalam penelitian (Dikra & W, 2016) membeli suatu produk yang tidak di pertimbangkan secara rasional dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Pada dasarnya, perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi suatu jasa atau barang karena semata – mata hanya untuk kepuasan dan bukan suatu kebutuhan yang mendasari untuk mengkonsumsi produk tersebut. Kecenderungan berbelanja yang

sering dikaitkan dengan perilaku konsumtif, biasanya dijadikan solusi untuk menghilangkan stres dan penat dari kegiatan sehari-hari.

Seseorang yang konsumtif bahkan rela mengeluarkan jumlah uang yang besar agar dapat memiliki barang yang diinginkan (Dewi, 2017). Terbentuknya pola konsumsi manusia terjadi pada usia remaja atau mahasiswa, sehingga perilaku konsumtif rentan terhadap kalangan mahasiswa. Hal tersebut sesuai yang dikatakan (Hidayah & Bowo, 2018) bahwa mahasiswa adalah remaja tingkat akhir yang senang berbelanja dan sedang mencari jati diri. Mahasiswa sering mengikuti teman sebaya, tergoda rayuan iklan, cenderung boros, dalam menggunakan uang sehingga tidak realistis dalam membeli barang (Silalahi, 2020). Remaja yang boros dalam hal keuangan, sering menghabiskan uangnya hanya untuk membeli barang yang diinginkannya seperti pakaian, makanan, maupun hiburan.

Menurut penelitian Muhammad Raziv Aulia Effendi (2024) faktor yang dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa yaitu Dompot digital. Dompot digital merupakan suatu aplikasi yang di peruntukkan sebagai alat transaksi digital, yang memungkinkan seseorang melakukan kegiatan serta transaksi untuk berbelanja baik dilakukan secara *online* ataupun *offline* yang dapat diakses melalui *smartphone*. Definisi lain menyatakan bahwa dompot digital merupakan suatu akun prabayar yang memiliki perlindungan berupa password serta uang yang dimiliki oleh pengguna disimpan secara digital atau elektronik dan dapat digunakan saat ingin melakukan pembayaran secara *online* (Riyanto, 2020). Dompot digital di operasikan menggunakan *smartphone* yang akan mempermudah transaksi. Tidak hanya digunakan untuk

bertransaksi, dompet digital juga dapat digunakan kebutuhan masyarakat, seperti pembayaran listrik, internet, dan lain-lain (Wulantika & Zein, 2020).

Penelitian terdahulu yang dilakukan Fauziah & Nurhasanah (2020) menunjukkan bahwa dompet digital berdampak signifikan dan positif terhadap tingkat konsumtif mahasiswa. Saat penggunaan dompet digital tinggi perilaku konsumtif mahasiswa pun ikut meningkat. Wulantika & Zein (2020) berpendapat bahwa dompet digital mudah diterima masyarakat. Mayoritas masyarakat sering bertransaksi menggunakan dompet digital banyaknya promo dan penawaran lain membuat banyak orang beralih menggunakan dompet digital. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, tercatat lebih dari 1 miliar transaksi menggunakan dompet digital. Pada akhir tahun 2023, menunjukkan adopsi tinggi terhadap sistem pembayaran elektronik di masyarakat (Anisa Putri Br Lubis, 2025).

hingga saat ini terdapat 38 dompet digital yang telah memperoleh lisensi resmi dari Bank Indonesia (Hakim, 2022). Lima aplikasi yang paling sering di gunakan di Indonesia antara lain ShopeeyPay, OVO, GoPay, Dana, dan Linkaja (Nasyaroyan Imani, 2024). Dompet digital juga berkembang seiring dengan perkembangan *marketplace dan e-commers* di indonesia, seperti bukalapak, Shopee, Toko pedia, (Wulantika & Zein, 2020). Kemudahan dan promosi yang di tawarkan mendorong pengguna untuk bertransaksi menggunakan dompet digital. Faktor yang kedua yang mempengaruhi perilaku konsumtif ialah Literasi Keuangan. Literasi keuangan adalah sebagai sebuah pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan atau kemampuan yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang agar dapat meningkatkan potensi diri

dalam mengambil keputusan dan pengelolaan keuangan agar mendapat kesejahteraan. Seseorang yang memiliki pemahaman tentang literasi keuangan yang dimiliki masyarakat dapat memberikan kemampuan dalam mengelola keuangan agar dapat mengaturnya baik dan bertanggung jawab. Literasi keuangan menjadi sikap yang penting dimiliki setiap orang agar terhindar dari masalah finansial. Permasalahan finansial dapat terjadi karena individu itu sendiri kurang memiliki pemahaman tentang keuangan serta memiliki kebiasaan mengatur keuangan yang buruk. Hal tersebut dapat dilihat dari *life style* atau gaya hidup individu tersebut yang tidak seimbang dengan pendapatan yang mereka miliki, yang diikuti dengan memiliki hutang dan defisit keuangan berkesinambungan.

Memiliki gaya hidup yang tidak disesuaikan dengan finansial yang ada dapat membuat seseorang melakukan berbagai cara untuk dapat memenuhi keinginannya tersebut. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi,2017).Berdasarkan pada pendapat tersebut, dapat dikatakan bahwa seseorang yang tingkat literasi keuangannya yang baik akan menjadi konsumen yang baik. Disisi lain rendahnya literasi keuangan akan menyebabkan kecenderungan seseorang berperilaku konsumtif. Bersumber pada Survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan tahun 2019 (OJK, 2020) penduduk Indonesia memperoleh tingkat literasi keuangan sebesar 38,03% yang maksudnya belum separuh warga Indonesia mempunyai literasi keuangan yang baik. Literasi keuangan Indonesia masih tergolong rendah walaupun mengalami peningkatan dari tahun 2016, hal ini dikarenakan

peningkatan literasi keuangan tidak dibarengi dengan pertumbuhan perekonomian di Indonesia (Madhan Abizar, 2023). Literasi keuangan yang rendah menunjukkan perlunya edukasi keuangan mengenai bagaimana mengembangkan perencanaan keuangan untuk menghindari pembelian yang tidak penting (Andriani & Nugraha, 2018). Penelitian yang sebelumnya dilakukan Kamil & Istianingsih (2020) yang menjelaskan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Bisa diartikan kurangnya pemahaman literasi keuangan masyarakat bisa berdampak pada perilaku konsumtif.

Jika dilihat dari kebiasaan mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian, mayoritas mahasiswanya memiliki sifat konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa mengelola keuangan pribadinya, dan memahami literasi keuangan yang baik. Adanya dompet digital memberikan kemudahan bagi mahasiswa mengeluarkan uangnya untuk suatu hal yang tidak terlalu penting. Ditambah dengan mengikuti perkembangan zaman seperti ingin mengikuti *style* seseorang yang mereka idolakan. Ini bisa disebabkan oleh faktor lingkungan dan kebiasaan. Hal ini digambarkan banyaknya mahasiswa yang mengikuti *style* kekinian seperti *fashion* terbaru atau yang lain. Hal seperti inilah yang membuat mereka kesulitan dalam mengatur keuangan.

Oleh karena itu dibutuhkanlah pembelajaran tentang literasi keuangan khususnya Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah dijelaskan, penulis merasa tertarik untuk mengkaji bagaimana **“Pengaruh Dompet Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap**

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian”.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah dompet digital berpengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apakah dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh parsial penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
2. Untuk mengetahui pengaruh parsial literasi keuangan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari uraian tujuan yang telah dijelaskan diatas, maka manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis/Akademis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan tentang pemahaman serta menambah pengetahuan terkait perubahan perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian yang dapat dilihat melalui beberapa aspek, yaitu dompet digital, dan literasi keuangan .
- b) Memberikan kontribusi akademis bagi penelitian selanjutnya terkait keuangan digital dan perilaku konsumen sehingga akan menambahkan perkembangan dan penerapan yang lebih baik dari penelitian ini.

2. Manfaat Praktis/Empiris

- a) Bagi penulis
Penelitian ini dapat memberikan manfaat berupa pemahaman ataupun perkembangan ilmu pengetahuan bagi peneliti terkait meminimalisir perilaku konsumtif dengan melihat dari segi penggunaan dompet digital, pemahaman tentang literasi keuangan serta dapat manajemen pengeluaran agar tidak menjadi pribadi yang boros.
- b) Bagi Universitas Pasir Pengaraian
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi penulis dalam mengembangkan pengetahuan dan keilmuan kepada Universitas Pasir Pengaraian yang nantinya di pergunakan sebagai bahan rujukan untuk kepentingan akademis.

1.5 Batasan Penelitian

1.5.1 Pembatasan Masalah dan Originalitas

Batasan masalah penelitian ini terletak pada objek penelitian hanya meneliti Mahasiswa Aktif Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian. penulis membatasi penelitian ini, pada peneliti hanya membatasi permasalahan pada pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi di Universitas Pasir Pengaraian.

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu oleh Dhea Sulistiana, Deskoni 2025, melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *e-wallet* digital terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya.” Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel penelitian dan objek penelitian. Penelitian Dhea Sulistiana, Deskoni 2025 menggunakan satu variabel independen yaitu penggunaan *e-wallet* dan objek penelitiannya di Universitas Sriwijaya. dan penelitian sekarang menggunakan dua variabel independen yaitu dompet digital dan literasi keuangan, dan objek penelitian sekarang di Universitas Pasir Pengaraian.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan agar penelitian lebih teratur dan terarah serta memudahkan pembaca. Berikut sistematika penulisan dalam penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang teori yang digunakan sebagai dasar penelitian sesuai dengan masalah yang dibahas, serta menyajikan hasil penelitian relevan yang menjadi referensi oleh penulis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai objek penelitian, bentuk penelitian yang digunakan, populasi beserta sampelnya, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat deskripsi data, hasil analisis data yang digunakan dan pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran dalam penelitian ini

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau pengeluaran secara berlebihan tanpa pertimbangan kebutuhan yang rasional (Albarry dan Fatmawati, 2022). Berdasarkan definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan sikap boros, sehingga penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang lebih seimbang dan bertanggungjawab. Perilaku konsumtif menurut Giswandhani & Hilmi (2020) adalah perilaku seseorang yang diperuntukkan untuk mengonsumsi ataupun membeli produk berlebihan, yang tidak masuk akal, menimbulkan pemborosan dan membuat rasa cemas dan rasa tidak aman.

Seseorang yang konsumtif melakukan konsumsi tidak untuk memenuhi kebutuhan, namun untuk memenuhi keinginan, sehingga membuat pemborosan serta pengeluaran yang tidak tepat (Yudasella & Krisnawati, 2019). Dalam konteks mahasiswa perilaku konsumtif sering muncul akibat dorongan gaya hidup, *tren* sosial, serta kemudahan teknologi pembayaran seperti dompet digital. Perilaku ini berkaitan erat dengan cara individu mengelola keuangan pribadinya sehingga dapat dikaji melalui perspektif akuntansi keperilakuan. Akuntansi keperilakuan (*Behavioral accounting*) merupakan cabang ilmu akuntansi yang mempelajari hubungan antara perilaku manusia dan pengambilan keputusan keuangan. Menurut Siegel & Marconi (1989) akuntansi keperilakuan menelaah bagaimana faktor

psikologis, sosial, dan emosional mempengaruhi cara individu atau organisasi mengambil keputusan keuangan.

Dalam penelitian ini perilaku konsumtif mahasiswa merupakan bentuk nyata dari pengambilan keputusan keuangan individu yang dipengaruhi persepsi, emosi, dan lingkungan sosial. Mahasiswa sebagai pelaku ekonomi kecil juga melakukan keputusan akuntansi sederhana seperti mengatur pendapatan, pengeluaran dan tabungan, namun keputusan ini seringkali tidak rasional karena dipengaruhi perilaku konsumtif. Yuniarti (2015) menyatakan dengan meningkatnya produksi, distribusi peredaran barang dan jasa serta pengaruh iklan, pola pikir, masyarakat menjadi terpengaruh. Sehingga gaya konsumtif muncul sebagai upaya untuk mencocokkan gaya hidup yang di promosikan dalam iklan. Fenomena budaya konsumtif ini tampaknya tidak terelakkan dalam *era modern* yang dipenuhi dengan kemajuan teknologi.

Setiap individu menginginkan sesuatu yang lebih sederhana dan praktis didapatkan, ini di dukung dengan inovasi teknologi keuangan yaitu metode pembayaran secara digital yang dapat membantu segala aktivitas pembelian secara *online* lebih cepat di proses dan didapatkan dengan cara menggunakan metode pembayaran digital. Menurut Fatmawati (2022:43) dalam penelitian Putri Sivia Somantri (2024) faktor – faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif baik dari faktor internal maupun eksternal, mencakup :

1. Faktor internal :

a. Motivasi

Keinginan yang ada pada diri seseorang dan mendorongnya untuk membeli sesuatu.

b. proses serta pengalaman belajar konsumen

Melibatkan pengamatan serta pembelajaran dari informasi yang diperoleh sehingga dapat memengaruhi perilaku konsumtif.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah kebiasaan dan karakteristik yang melekat pada individu.

d. Konsep diri

Konsep diri diartikan seperti cara individu memandang dan menggambarkan mengenai dirinya.

e. Gaya hidup

Gaya hidup berarti cara individu memilih untuk menggunakan waktu dan uangnya. Konsep gaya hidup *happy shopping* adalah salah satu pola perilaku yang banyak diadopsi oleh remaja saat ini yang berkontribusi perilaku konsumtif.

2. Faktor eksternal :

a. Faktor budaya

Sikap yang dimiliki bersama dan terbentuk dalam kelompok masyarakat.

b. Faktor kelas sosial

Struktur hirarki dalam masyarakat yang mempengaruhi nilai, minat, dan sikap individu terhadap konsumsi

c. Faktor keluarga

Peran fundamental keluarga dalam membentuk perilaku konsumtif individu.

d. Grup referensi

Pengaruh kelompok atau individu lain dalam membentuk perilaku dan konsep pribadi seseorang serta memberikan tekanan terhadap pilihan produk dan merek.

2.1.1.1 Indikator perilaku konsumtif

Menurut Sembiring (2020:18) dalam penelitian Putri Sivia Somantri (2024) menyatakan terdapat 4 indikator perilaku konsumtif:

1. Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang hanya memperhatikan *prestise* yang terkait dengan barang tersebut.
2. Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan
3. Mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan
4. Tidak ada skala prioritas

2.1.2 Dompot Digital

Dompot digital diartikan pada pasal 1 angka 7 peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tahun 2016 tentang penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran merupakan pelayanan berbasis elektronik yang digunakan untuk menyimpan sebuah data berkaitan dengan transaksi diantaranya alat

pembayaran dengan memanfaatkan *e-money* ataupun kartu, yang dapat menampung data untuk melaksanakan pembayaran. Dompot digital juga diartikan salah satu bentuk inovasi dalam *financial technology* yang memungkinkan pengguna menyimpan uang elektronik serta melakukan transaksi secara *non tunai* menggunakan aplikasi pada *smartphone*. Dompot digital ini memiliki fungsi sebagai pengganti dompet fisik yang biasa digunakan oleh masyarakat.

Hal ini dikarenakan perkembangan teknologi dan informasi membuat peralihan metode transaksi digital semakin meningkat. Menurut Bank Indonesia, dompet digital adalah layanan elektronik untuk menyimpan data, instrumen pembayaran termasuk untuk menyimpan dana, melakukan pembayaran, maupun menerima dana. Dengan dompet digital pengguna di bantu dalam berbagai transaksi seperti pembayaran tagihan, transportasi, dan belanja. Dompot digital juga dikenal sebagai *mobile walet*, merupakan layanan pembayaran yang beroperasi sesuai dengan regulasi keuangan dan dijalankan melalui perangkat seluler (Kuganathan & Wikramanayake, 2014). Dompot digital merupakan inovasi terbaru dalam *e-commerce* yang memungkinkan pengguna melakukan berbagai aktivitas, seperti transaksi keuangan, belanja daring, pemesanan, serta berbagai layanan yang ditawarkan (Sharma, 2017).

Dan menurut Mujahidin & Astuti (2020) dompet digital adalah pembayaran *non tunai* menggunakan sistem aplikasi yang memudahkan masyarakat bertransaksi. Dompot digital memberikan lebih banyak keuntungan bagi penggunaannya untuk bertransaksi dari pada secara tunai (Wulantika & Zein, 2020). Berdasarkan beberapa pendapat mengenai dompet digital dapat disimpulkan

dompet digital adalah aplikasi dimana penggunanya dapat menyimpan uang mereka secara elektronik untuk bertransaksi secara *non tunai*.

a. Ada tiga kategori utama dompet digital:

1. Dompet seluler

Dompet seluler adalah aplikasi yang dapat di instal di *smartphone* atau tablet, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran baik secara langsung ditoko maupun secara *online*.

2. Dompet *online*

Dompet *online* yang juga disebut dompet digital, merupakan layanan berbasis web yang memungkinkan penggunaan menyimpan informasi pembayaran dan melakukan transaksi di situs web atau aplikasi tanpa perlu memasukkan data pembayaran berulang kali.

3. Kartu prabayar adalah kartu fisik yang dapat diisi ulang dengan saldo dan digunakan layaknya kartu debit. Kartu ini sering disebut *e-money*, biasanya digunakan untuk membayar tarif tol, belanja, atau transaksi lain dengan memanfaatkan *scanner* (Sahir, et al., 2023).

2.1.2.1 Indikator Dompet Digital

Menurut Suyanto (2023:32) dalam penelitian Putri Sivia Somantri (2024) terdapat 7 indikator yang memengaruhi pemilihan dompet digital antara lain:

1. Ketersediaan dan kepopuleran

Penggunaan cenderung memilih dompet digital yang mudah diakses dan populer di indonesia karena familiaritas dan kepercayaan.

2. Fitur dan fungsi

Masing – masing dompet digital menawarkan beragam fitur yang berbeda, seperti membayar tagihan dan mentransfer uang. Pilihan pengguna dalam memilih dompet digital dapat dipengaruhi oleh kebutuhan mereka akan fitur-fitur khusus ini.

3. Keamanan

Perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan dompet digital. Sistem keamanan yang kuat, seperti autentikasi dua faktor menjadi referensi pengguna.

4. Kompatibilitas dan integrasi

Kemampuan dompet digital untuk berintegrasi dengan platform lain yang dipakai pengguna memengaruhi pilihan terutama untuk pengguna yang aktif berbelanja *online*.

5. Biaya dan tarif

Pengguna perlu membandingkan biaya dengan manfaat dan kemudahan penggunaan yang mereka dapatkan dari dompet digital tersebut.

6. Dukungan pelanggan dan layanan

Kemudahan mendapatkan bantuan teknis menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan dompet digital

7. Reputasi dan kepercayaan

Tingkat kepercayaan terhadap penyedia dompet digital dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dalam hal keamanan dan keandalan.

2.1.3 Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2023 menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan sehingga dapat digunakan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Literasi keuangan membuat seseorang serius dalam melihat pelayanan, kualitas, dan harga serta membantu seseorang menjadi konsumen yang baik (Dewi, 2017). Perry dan Morris dalam Tribsi (2020) menyatakan literasi keuangan merupakan pemahaman mengenai keuangan serta kemampuan perencanaan keuangan yang di butuhkan individu untuk bisa mengambil keputusan yang efektif tentang keuangan pribadi yang merupakan hal yang berguna untuk pengelolaan keuangan. Pemahaman serta pengetahuan tersebut bertujuan untuk kesejahteraan keuangan individu maupun kelompok masyarakat serta sebagai bentuk partisipasi dalam perekonomian (Madhan Abidzar, Mintasih Indriayu, Aniek Hindrayani, 2023). Berdasarkan beberapa pendapat yang sudah diuraikan, dapat disimpulkan literasi keuangan ialah pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan dalam menentukan keputusan mengenai aspek keuangan.

2.1.3.1 Indikator Literasi keuangan

Agar dapat lebih memahami lebih mendalam tentang literasi keuangan, berikut ini merupakan parameter atau indikator pengetahuan yang bisa digunakan (Muhammad Raziv Aulia Effendi) yaitu:

1. Mengelola uang dan berhemat

Didalam indikator ini mencakup kemampuan individu dalam mengelola keuangan mereka dengan bijak, termasuk membuat anggaran pribadi, mengurangi pemborosan, serta menabung untuk masa depan.

2. Beli dan membandingkan suatu produk

Pada indikator ini, individu dapat melakukan pengamatan dan juga membandingkan berbagai sebelum membelinya. Ini juga mencakup dalam pemahaman tentang harga, kualitas, manfaat, dan resiko produk.

3. Mengetahui nilai suatu barang dan tingkatan prioritas dalam hidup

Indikator ini melibatkan pemahaman tentang bagaimana cara menilai suatu produk jika dilihat dari prioritasnya. Hal ini juga dapat membantu individu dalam membuat keputusan yang bijak mengenai apa yang perlu dibeli dan tidak diperlukan untuk dibeli.

4. Manajemen dan risiko kredit

Indikator ini menjelaskan bagaimana manajemen risiko berisikan tentang risiko keuangan serta cara melindungi diri dari risiko yang tidak diinginkan seperti membuat asuransi. Sedangkan pada manajemen kredit yang melibatkan tentang hutang, kewajiban, dan bagaimana cara meminimalisirkan risiko kredit yang tidak terkendali.

2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Keterbaruan penelitian
1	Dhea Sulistiana & Deskoni (2025)	Pengaruh <i>E-wallet</i> terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Sriwijaya	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan <i>e-wallet</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen yaitu <i>e-wallet</i> sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang menambahkan variabel literasi keuangan serta menggunakan analisis regresi berganda
2	Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, dan Sunan Trioko, (2023)	Pengaruh literasi keuangan dan <i>cashless society</i> terhadap perilaku konsumtif generasi z di kota Blitar	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan literasi keuangan dan <i>cashless society</i> terhadap perilaku konsumtif generasi z di kota Blitar baik secara parsial maupun simultan	Penelitian ini berfokus pada pengaruh literasi keuangan, <i>cashless society</i> terhadap perilaku konsumtif generasi z di kota Blitar sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada dompet digital, literasi keuangan, terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

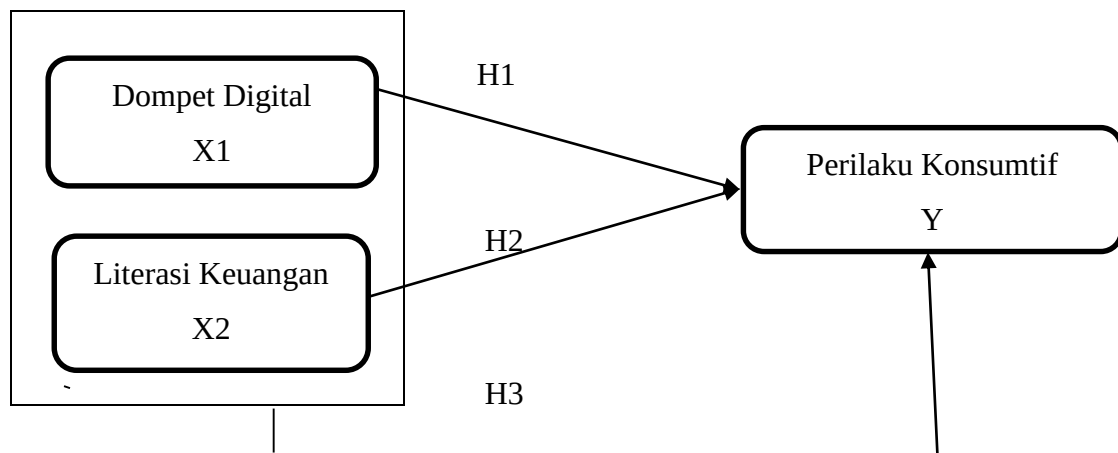
No	Nama Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Keterbaruan penelitian
3	Choffifah Dhea Suswita, Hanifah Adinda, Siti Jempa Indrawati, M Raffli Kurniawan, Dede Puspita Pujia (2025)	Pengaruh penggunaan <i>e-wallet</i> terhadap pengelolaan keuangan Pada Mahasiswa Akuntansi	Metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Mahasiswa Akuntansi	Penelitian ini berfokus pada penggunaan <i>e-wallet</i> terhadap pengelolaan keuangan pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Tangerang Raya sedangkan penelitian yang peneliti lakukan menggunakan variabel dompet digital, literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian

No	Nama Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Keterbaruan penelitian
4	Abdul Rival Hadji, Amran T. Naukoko, Steeva Y. Tumangken g	Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital <i>payment</i> terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado	Metode Kuantitatif	Hasil Penelitian ini menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan digital <i>payment</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa	Penelitian ini berfokus pada literasi keuangan dan penggunaan digital <i>payment</i> terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado. sedangkan penelitian sekarang fokus pada pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian.
5	Muhammad Raziv Aulia Effendi (2024)	Pengaruh <i>electronic e-walet</i> , literasi keuangan, dan literasi digital terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi	Metode Kuantitatif Deskriptif	1). <i>E-walet</i> berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif . 2).literasi keuangan berpengaruh signifikan (mampu	Penelitian ini menggunakan variabel <i>electronic e-wallet</i> , literasi keuangan, dan literasi digital terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

No	Nama Penulis	Judul	Metode Penelitian	Hasil penelitian	Keterbaruan penelitian
		dan Bisnis Islam UIN Khas Jember		menekan konsumtif) 3).literasi digital berpengaruh signifikan. 4).secara simultan, ketiga variabel berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.	Bisnis Islam Uin Khas Jember sedangkan penelitian yang peneliti lakukan sekarang menggunakan variabel dompet digital, literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka Pemikiran dalam penelitian ini yang menjelaskan pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dapat di lihat pada gambar 2.1 dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis

Menurut (Sugiyono 2020) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang telah disusun dalam bentuk pertanyaan. Berdasarkan kerangka konseptual yang dibuat, dapat di rumuskan hipotesis berikut:

2.4.1 Pengaruh Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif

Dompot digital merupakan alat pembayaran elektronik yang dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi. Kemudahan, kecepatan, serta kepraktisan dalam menggunakan dompet digital dapat membuat proses pembayaran menjadi lebih mudah dan mengurangi pertimbangan seseorang ketika melakukan pembelian. Selain itu, adanya berbagai promosi, cashback, dan diskon yang ditawarkan melalui dompet digital dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian lebih sering. Penelitian mengenai hasil penelitian Fauziah &

Nurhasanah (2020) menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa karena banyaknya promo dan *cashback* yang membuat pengguna cenderung membeli barang meskipun bukan kebutuhan utama.

Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Popy Efrida Waruwu (2020) dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan uraian tersebut, semakin tinggi penggunaan dompet digital maka semakin besar kemungkinan mahasiswa melakukan pembelian secara berlebihan, penarikan hipotesis, semakin tinggi penggunaan dompet digital semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

H1 : Dompet Digital (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan, seperti membuat perencanaan keuangan, mengatur pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, serta mengambil keputusan keuangan dengan tepat. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengendalikan pengeluaran dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Menurut Kamil & Istianingsih (2020) penelitian ini yang menjelaskan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Bisa diartikan kurangnya pemahaman literasi keuangan bisa berdampak meningkatnya pada perilaku konsumtif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aprilia & Sita Deliyana Firmialy (2022) menyatakan literasi keuangan

memiliki pengaruh parsial terhadap perilaku konsumtif. Penarikan hipotesis, kurangnya pemahaman literasi keuangan bisa berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif.

H2 : Literasi Keuangan (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y)

2.4.3 Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan dompet digital memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi, sehingga dapat memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian. Di sisi lain, literasi keuangan dapat menentukan kemampuan mahasiswa dalam mengelola dan mengendalikan keputusan keuangannya. Kedua variabel tersebut dapat secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian Madhan Abizar, Mintasih Indrayu, Aniek Hindriyani (2023) juga membuktikan bahwa dompet digital dan literasi keuangan berpengaruh secara simultan. Hasil serupa yang diperoleh Nuratika (2022) yang berhasil membuktikan bahwa literasi keuangan ataupun pengguna dompet digital ialah dua elemen utama dalam meningkatkan perilaku konsumtif.

H3 : Terdapat Pengaruh Dompot Digital (X1) dan Literasi Keuangan (X2) Secara Simultan terhadap perilaku konsumtif (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian yang aktif tahun ajaran 2025/2026 genap.

3.2 Jenis penelitian

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian eksplatori, Jenis penelitian eksplatori yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian ini menjelaskan pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Akuntansi. Secara lebih spesifik, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey, dengan pendekatan kuesioner. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian sebab akibat (*causal comparative research*) yang bertujuan untuk menyelidiki sebab akibat yang didasarkan pada pengamatan terhadap akibat yang didasarkan pada pengamatan terhadap akibat yang ada.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Pengertian populasi menurut (Sugiyono, 2020) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dipakai pada penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan melalui angket atau kuisisioner yang disebarluaskan secara online melalui media sosial. Populasi pada penelitian ini berjumlah 179 Mahasiswa Akuntansi

yang aktif di semester genap tahun ajaran 2025/2026 angkatan 2022 – 2025 berdasarkan data dari BA.KPK.

Tabel 3.1
Jumlah Populasi

Prodi & Angkatan	Total
Akuntansi 2022	39
Akuntansi 2023	45
Akuntansi 2024	46
Akuntansi 2025	49
Total	179

Sumber: BA.KPK Universitas Pasir Pengaraian

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2020) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Rumus Taro Yamane, untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif dari populasi dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5% atau 0,05. Adapun jumlah anggota sampel di tentukan melalui teknik *probability sampling*. Teknik *probability sampling* dengan *proportionate stratified random sampling*. Adapun sampel penelitian ini menggunakan rumus taro yamane yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N \times d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi yang diketahui

d = presisi yang ditetapkan (5%) = 0,05

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

$$n = \frac{179}{1 + (179 \times (0,05)^2)}$$

$$n = \frac{179}{1 + (179 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{179}{1 + 0,4475}$$

$$n = \frac{179}{1,4475}$$

$n = 123,66$ dibulatkan menjadi 124 Sampel

Setelah menggunakan rumus taro yamane jumlah keseluruhan responden pada penelitian ini adalah 124 mahasiswa. Selanjutnya untuk menentukan besarnya sampel pada setiap kelas dilakukan dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Teknik ini ditujukan agar sampel yang diambil proporsional dengan cara perhitungan dan jumlah sampel.

$$\text{Sampel tiap kelas} = \frac{\text{Jumlah sampel}}{\text{Jumlah populasi}} \times \text{Jumlah populasi tiap Angkatan}$$

Tabel 3.1 Perhitungan Sampel
(*proportionate stratified random sampling*)

No.	Angkatan	Program Studi	Perhitungan	Sampel
1.	2022	Akuntansi	$\frac{124}{179} \times 39$	27
2.	2023	Akuntansi	$\frac{124}{179} \times 45$	31
3.	2024	Akuntansi	$\frac{124}{179} \times 46$	32
4.	2025	Akuntansi	$\frac{124}{179} \times 49$	34
Total				124

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung pada objek penelitian untuk menjawab permasalahan yang menggunakan data survey. Dalam penelitian ini didapatkan data melalui kuesioner yang akan di berikan kepada responden yakni Mahasiswa Akuntansi Universitas Pasir Pengaraian yang aktif tahun ajaran 2025/2026.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan penyebaran kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan salah satu teknik mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan yang relevan dengan penelitian kepada orang lain untuk dijadikan sebagai responden.

Dalam operasionalisasi variabel ini semua diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pernyataan –pernyataan tipe skala likert. skala likert menurut Sugiyono (2018) yaitu skala likert digunakan untuk mengukur pendapat,sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok seseorang tentang fenomena sosial. Pada saat penggunaan skala likert, serta indikator yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menyusun instrumen-instrumen pertanyaan. Skala likert ini biasa dikenal dengan cara menilai respondennya, semakin tinggi skor yang didapat oleh responden tersebut, semakin besar pula indikasi pengaruh positif terhadap objek yang ingin diteliti begitu juga sebaliknya.

Adapun bentuk dari skala penelitian ini berupa pertanyaan dengan jumlah pilihan jawabannya berdimensi 5, dengan rentan nilai 1 sampai dengan 5 dengan asumsi:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

3.6 Variabel dan Defenisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel independen yaitu Dompot Digital dan Literasi keuangan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan kusioner sebagai indikator penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian. Defenisi operasional variabel akan dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (Sugiyono,2020). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

a. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Menurut Tibrisi (2020) Perilaku konsumtif ialah kecenderungan ingin membeli serta memakai produk yang sebenarnya yang kurang dibutuhkan. Perilaku konsumtif menurut Giswandhani & Hilmi (2020) adalah perilaku seseorang yang diperuntukkan untuk mengonsumsi ataupun membeli produk berlebihan, tidak masuk akal, menimbulkan pemborosan, dan membuat rasa cemas dan rasa tidak aman. bersumber dari uraian tersebut, dapat dibuat kesimpulan bahwa perilaku konsumtif ialah suatu perilaku seseorang yang melakukan kegiatan belanja ataupun mengonsumsi jasa serta barang berlebihan yang tidak bersumber pada alasan yang masuk akal.

2. Variabel independen (X)

Variabel Independen ialah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2020). Variabel independen dalam penelitian ini adalah:

a. Dompet digital (X1)

Menurut Suyanto (2023) Dompet digital merupakan teknologi yang memfasilitasi seseorang dalam penyimpanan pengelolaan, serta penggunaan dana secara digital lewat smartphone, tablet maupun komputer. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa dompet digital menawarkan banyak manfaat dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern, sehingga memperluas kemungkinan dalam cara individu mengelola dan menggunakan dana mereka.

b. Uji Literasi keuangan (X2)

Literasi keuangan merupakan kemampuan, kepercayaan diri serta keinginan untuk menerapkan pengetahuan yang dimiliki tentang konsep dan risiko.

3.6.2 Defenisi Operasional Variabel

Sugiyono (2022:57) menjelaskan variabel penelitian merupakan semua hal yang ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki dengan tujuan mendapatkan data serta membuat simpulan. Variabel penelitian dapat berupa atribut, sifat serta nilai yang dimiliki oleh individu, objek, organisasi maupun kegiatan, kemudian dianalisis dan disimpulkan oleh peneliti. Adapun operasional variabel pada penelitian ini:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Dompot Digital (X1). Suyanto (2023:32) dalam penelitian Putri Silvia Somantri (2024)	Dompot digital adalah teknologi yang memfasilitasi seseorang dalam penyimpanan pengelolaan, serta penggunaan dana secara digital lewat <i>smartphone</i> , tablet maupun komputer.	1. Ketersediaan dan kepopuleran: banyaknya jumlah pengguna pada lingkungan sebaya dan banyaknya penawaran aplikasi dompet digital yang dapat digunakan. 2. Fitur dan fungsi: Fitur mudah dipahami dan mudah digunakan, membantu dalam melakukan pembayaran apapun. 3. Keamanan: Sistem keamanan yang kuat dan informasi yang akurat. 4. Kompatibilitas dan integrasi:	Likert

Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
		Cara pembayaran yang sering ditemukan di platform manapun dan dapat bertransaksi dengan cepat. 5. Biaya dan Tarif: Adanya biaya layanan atau biaya administrasi dalam bertransaksi dan adanya promo atau potongan harga. 6. Dukungan pelanggan atau layanan: kecepatan respon dalam keluhan pelanggan dapat melakukan <i>top-up</i> saldo dengan mudah 7. Reputasi dan Kepercayaan: Pemilihan dompet digital yang dikelola oleh perusahaan ternama dan terpercaya dan mempunyai kinerja sesuai harapan konsumen.	
Literasi Keuangan (X2). Muhammad Raziv Aulia Effendi(2024)	Literasi keuangan adalah pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan kesejahteraan masa depan.	1. Mengelola uang dan berhemat 2. Beli dan membandingkan suatu produk 3. Mengetahui nilai suatu barang dan tingkatan prioritas dalam hidup 4. Manajemen risiko dan kredit 5. Investasi	Likert
Perilaku Konsumtif (Y). Sembiring (2020:18) dalam	Perilaku konsumtif melibatkan beberapa aspek, seperti pembelian <i>implusif</i> ,	1. Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang: Membeli produk yang	Likert

Variabel Penelitian	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
penelitian Putri Sivia Somantri (2024)	pembelian berlebihan, dan pembelian tidak rasional	sedang <i>tren</i> dan keinginan membeli barang baru walaupun belum pasti di pakai. 2. Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan: Membeli produk secara berkelanjutan pada produk yang lagi <i>discount</i> dan membeli barang baru walaupun barang lama masih bisa dipakai. 3. Mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan: Mengeluarkan uang lebih besar untuk produk yang disukai 4. Melakukan pembelian karena keinginan sesaat 5. Tidak ada skala prioritas: Membeli berbagai jenis barang berbeda sekaligus dan membeli barang secara tiba-tiba tanpa perencanaan	

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik dan uji regresi linear berganda. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang diolah dapat benar-benar valid dan mewakili populasi secara keseluruhan. Sedangkan uji regresi linear berganda bertujuan untuk menguji dan menganalisa secara parsial dan simultan.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan cara menentukan apakah valid atau tidaknya sebuah kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Kuesioner bisa dikatakan valid jika isi dari kuesioner tersebut dapat menerangkan hal yang sedang dinilai oleh kuesioner tersebut. Cara kerja dari uji validitas ini yaitu dengan membandingkan hasil perhitungan antara r hitung dan r tabel menggunakan signifikansi 0,05 dari derajat kebebasan $df = n - 2$ dengan n adalah jumlah sampelnya. Jika r hitung memiliki nilai lebih besar dari r tabel dan bernilai positif, maka pertanyaan dan indikatornya dinyatakan valid. Agar dapat menguji validitas instrumen dalam bentuk kuesioner menggunakan teknik korelasi Person Product Moment, yaitu kalkulasi koefisien korelasi antara skor setiap butir pertanyaannya dengan skor dari total variabel. Apabila suatu butir pertanyaan memiliki korelasi yang tinggi dengan skor total, maka pertanyaan tersebut dianggap mampu mengukur variabel yang dimaksud. Uji validitas dilakukan agar peneliti dapat memastikan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner benar-benar relevan dan sesuai dengan indikator variabel yang diteliti. Signifikansinya diuji dengan kriteria:

- a. Jika hasilnya menyatakan r hitung $> r$ tabel, maka pertanyaan tersebut valid.
- b. Jika hasilnya menyatakan r hitung $< r$ tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji untuk mengetahui sebuah kuesioner yang mana menjadi indikator dari suatu variabel. Sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel ketika jawaban responden terhadap pertanyaannya konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas Cronbach

Alpha. Pengukuran yang digunakan pada uji Cronbach Alpha ini yaitu jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka pertanyaan pada variabel tersebut dianggap reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik sangat diperlukan sebelum melakukan uji analisis regresi. Model regresi dinyatakan sebagai model yang apabila memenuhi asumsi klasik. Dan manfaat dari uji asumsi klasik ini digunakan untuk mengetahui apakah analisis regresi linear terbebas dari penyimpangan asumsi klasik yang terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear berganda variabel bebas dan variabel terikat keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa metode antara lain yaitu menggunakan uji kolmogorov-smirnov, dan dengan melihat grafik normal probability plot. Distribusi normal akan membentuk satu garis diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka titik-titik yang menggambarkan data akan mengikuti garis diagonal nya.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan serangkaian uji yang diantaranya untuk mencari korelasi antara variabel bebas. Apabila antar variabel bebas terdapat korelasi, bisa dikatakan bahwa terdapat masalah didalam model regresi yang digunakan menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria ketentuan dari Uji multikolinearitas yaitu:

1. Jika nilai $VIF < 10$ atau nilai Tolerance $> 0,10$ maka itu tidak terjadi multikolinearitas.
2. Jika nilai $VIF > 10$ atau nilai Tolerance $< 0,10$, maka telah terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Priyatno (2017:126) menyatakan Heteroskedastisitas merujuk pada ketidakseragaman varians residual pada model regresi. Dalam regresi yang optimal, sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas. Ghozali (2018:137) menjelaskan bahwa Uji Heteroskedastisitas bermaksud untuk menentukan apakah terjadi perbedaan *variens* dari residual antar pengamatan pada model regresi. Keberadaan heteroskedastisitas ditandai dengan variasi varians residual antar pengamatan Cara yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu menggunakan scartplot, dan menggunakan Uji glejser. Uji glejser dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tersebut terjadi heteroskedastisitas.

4. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat. Berikut ini merupakan satuan dari regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien variabel bebas

X1= Dompet Digital

X2= Literasi Keuangan

e= error

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran statistik yang menunjukkan seberapa besar kontribusi pada variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi, semakin tinggi nilai koefisien determinasinya semakin tinggi juga pengaruhnya terhadap variabel terikat. Nilai dari koefisien determinasinya (R^2) yakni diantara 0 dan 1.

Sugiyono (2022:276) menjelaskan bahwa analisis korelasi bisa diperluas dengan menghitung koefisien korelasi yang telah ditemukan. Ketentuan dari koefisien determinasinya yaitu:

1. Apabila nilai R^2 mendekati angka 1, maka semakin kuat juga model regresi yang digunakan untuk menerangkan hubungan antar variabel.

2. Jika R^2 yang mendekati angka 0, berarti model regresi yang digunakan untuk menerangkan hubungan antar variabel semakin lemah.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t merupakan salah satu metode untuk menguji pengaruh dari variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, yang mana dapat diartikan sebagai pengaruh dari antar variabel bebas yang terdiri dari dompet digital, dan literasi keuangan, terhadap variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif. Dalam tahap pengujian t ini dilakukan dengan melihat tingkat nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Apabila tingkat nilai signifikan digunakan 5 persen, dengan kata lain jika probabilitas $H_a > 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas $H_a < 0,05$ maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018). Menentukan tingkat signifikan sebesar 5%.

1. Bila signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 di tolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila signifikan $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 di terima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji F

Uji F ini dipakai untuk menguji pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan. Jika variabel bebas terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat, maka model regresi tersebut termasuk cocok. Pada uji F ini metode untuk menguji apakah variabel bebas yaitu dompet digital

(X1), literasi keuangan (X2), dan dapat berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Kriteria yang digunakan yaitu:

1. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara simultan variabel-variabel independen secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel-variabel independen secara keseluruhan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.