

PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Haposan Matua Siregar¹⁾, Muhammad Irwan Padli Nasution²⁾, Marliyah³⁾

Manajemen, Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan^{1,2,3)}
e-mail: siregarhaposan58@gmail.com¹⁾, irwannst@uinsu.ac.id²⁾, marliyah@uinsu.ac.id³⁾

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital serta gaya hidup terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Latar belakang penelitian didasari oleh fenomena meningkatnya pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi di kalangan generasi muda, disertai dengan perubahan pola hidup yang mengarah pada peningkatan konsumsi akibat kemudahan akses terhadap berbagai produk dan jasa. Penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 97 mahasiswa sebagai responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda yang diawali dengan uji validitas dan reliabilitas instrumen, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan namun berarah negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup menunjukkan pengaruh signifikan dengan arah positif. Secara bersamaan, kedua variabel independen tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien determinasi sebesar 67,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan pembayaran digital tidak selalu memicu perilaku konsumtif berlebihan, melainkan berpotensi mendukung pengelolaan keuangan secara lebih terkontrol. Di sisi lain, gaya hidup merupakan faktor yang lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam peningkatan literasi keuangan digital serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku konsumsi di era ekonomi digital.

Kata kunci: Sistem Pembayaran Digital, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

Abstract

This research was conducted to examine the influence of digital payment systems and lifestyle on consumer behavior tendencies among students. The background of the research is based on the phenomenon of increasing utilization of technology-based financial services among young people, accompanied by lifestyle changes that lead to increased consumption due to easy access to various products and services. The research applied a quantitative approach with a survey method thru the distribution of questionnaires to 97 students as respondents. The data analysis technique used multiple linear regression, which began with validity and reliability testing of the instrument, followed by classical assumption testing, and hypothesis testing both partially and simultaneously. The research results show that digital payment systems have a significant but negatively directed influence on consumer behavior, while lifestyle shows a significant influence with a positive direction. Simultaneously, both independent variables have a significant influence on consumer behavior, with a coefficient of determination value of 67.8%. This indicates that most of the variation in consumer behavior can be explained by these two variables. The findings of this study indicate that the use of digital payments does not always trigger

excessive consumer behavior, but rather has the potential to support more controlled financial management. On the other hand, lifestyle is a more dominant factor in influencing students' consumer behavior. This research is expected to contribute to the improvement of digital financial literacy and serve as a reference for further research related to consumption behavior in the digital economy era.

Keywords: *Digital Payment System, Lifestyle, Consumptive Behavior*

1. PENDAHULUAN

Penggunaan ShopeePay dan ShopeePayLater meningkat signifikan di kalangan usia 18–25 tahun, karena menawarkan pembayaran instan dan cicilan tanpa kartu kredit yang mudah diakses melalui aplikasi Shopee. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik mencapai Rp 508,2 triliun pada tahun 2023, naik signifikan dibandingkan tahun sebelumnya (Gde Bagus Pradipta Nandana Putu & Putu Sri Arta Jaya Kusuma, 2024). Kemudahan digital mendorong mahasiswa berbelanja bukan karena kebutuhan, tapi karena tren dan penawaran yang menarik dari fitur ShopeePay dan ShopeePayLater. Generasi milenial dan Gen Z, yang dikenal sebagai *digital native*, cenderung memiliki gaya hidup yang konsumtif dan responsif terhadap tren belanja online, promo, serta kemudahan sistem pembayaran. Shopee secara agresif menarik minat mahasiswa dengan fitur ShopeePay, ShopeePayLater, diskon besar-besaran, dan kampanye belanja rutin. Data dari Katadata Insight Center (2023) menunjukkan bahwa 87% masyarakat urban Indonesia telah menggunakan dompet digital untuk bertransaksi, dengan ShopeePay sebagai salah satu layanan yang paling banyak digunakan. Sementara itu, laporan We Are Social dan Hootsuite (2024) menyebutkan bahwa 65,4% pengguna internet di Indonesia aktif berbelanja online, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar e-commerce terbesar di Asia Tenggara. Dengan teknologi yang semakin maju, banyak sekali pihak-pihak seperti penyedia jasa sistem pembayaran non-tunai semakin gencar mempromosikan pemakaian sistem pembayaran tersebut (Pitaloka & Nasution, 2023).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital native sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi, termasuk dalam penggunaan platform digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kecanggihan teknologi serta tingginya aktivitas mahasiswa di dunia digital membuat mereka akrab dengan berbagai aplikasi belanja daring, salah satunya Shopee. Akses Shopee yang mudah melalui smartphone, ditambah dengan fitur-fitur seperti ShopeePay, ShopeePayLater, gratis ongkir, serta berbagai diskon besar-besaran setiap bulan, menciptakan ekosistem belanja yang menarik dan menggoda mahasiswa untuk terus bertransaksi (Snapcart, 2022). Manfaat yang dirasakan saat memanfaatkan pembayaran digital berdampak pada gaya hidup (Saragih, Soemitra, & Nurbaiti, 2023). Fenomena ini memunculkan pola konsumsi yang bergeser dari kebutuhan menjadi keinginan, di mana mahasiswa tidak jarang membeli barang hanya karena terpengaruh tren media sosial, iklan menarik, atau promosi yang menggiurkan, bukan karena urgensi barang tersebut (Putri & Widodo, 2021). ShopeePayLater saat ini, menjadi salah satu fitur yang paling banyak digunakan oleh usia 18–25 tahun, yang sebagian besar merupakan mahasiswa, karena kemudahan berbelanja sekarang dan membayar nanti (Katadata Insight Center, 2023).

ShopeePay adalah layanan dompet digital milik Shopee yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara instan dalam aplikasi. Sedangkan ShopeePayLater merupakan layanan pembayaran tunda tanpa kartu kredit yang memberikan opsi cicilan bagi pengguna. Fitur ini memungkinkan mahasiswa untuk

membeli produk sekarang dan membayar nanti dengan jangka waktu tertentu. Meskipun memudahkan transaksi, penggunaan ShopeePay dan ShopeePayLater tanpa perencanaan keuangan yang matang dapat memicu perilaku konsumtif dan kebiasaan berutang di kalangan mahasiswa. Kemudahan berbelanja di Shopee yang didukung oleh sistem pembayaran digital seperti ShopeePay dan fitur cicilan tanpa kartu kredit seperti ShopeePayLater, secara tidak langsung mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Platform ini menawarkan berbagai promosi menarik seperti diskon besar-besaran, flash sale, gratis ongkir, dan program kampanye belanja bulanan yang terus-menerus. Fenomena ini menjadikan aktivitas belanja online bukan lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa yang menempatkan konsumsi sebagai sarana aktualisasi diri. Mahasiswa biasanya terdorong membeli produk hanya karena sedang tren, muncul di iklan media sosial, atau sekadar karena mendapatkan voucher dan penawaran khusus dari Shopee, meskipun barang tersebut tidak dibutuhkan secara fungsional. Mahasiswa FE.BI UINSU seharusnya memahami prinsip ekonomi rasional, namun justru aktif menggunakan ShopeePayLater yang mendorong konsumsi impulsif dan utang sejak dini. Secara teoritis, mahasiswa ekonomi diharapkan memiliki literasi keuangan yang lebih baik, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memiliki pengendalian diri terhadap dorongan konsumsi yang berlebihan. Namun dalam realitasnya, banyak mahasiswa tetap aktif melakukan pembelian impulsif, bahkan menggunakan metode pembayaran tunda seperti ShopeePayLater yang berpotensi menimbulkan kebiasaan utang konsumtif sejak usia muda. Dikala ini, aktivitas konsumtif yang dicoba oleh golongan mahasiswi tidak cuma didorong oleh terdapatnya keinginan hendak guna benda itu. Hendak namun, pula dilandasi oleh kemauan yang karakternya buat melindungi gengsi (Nurbaiti, Harahap, & Nabila, 2023). Pada biasanya, mahasiswa berbelanja buat penuhi keinginan utama serta keinginan penunjang guna kegiatan tiap hari (Nurbaiti et al., 2023). Studi yang dilakukan oleh (Sahabuddin et al., 2025) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet dan fitur PayLater pada platform e-commerce secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, terutama pada mereka yang menjadikan belanja online sebagai bentuk pelampiasan emosional atau sebagai respons terhadap tekanan sosial di lingkungan digital. Sejalan dengan itu, sejumlah penelitian terbaru juga telah mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Indonesia. Hasil temuan dari berbagai studi menyimpulkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Hayati et al., 2023). Faktor-faktor seperti persepsi kemudahan penggunaan, manfaat fungsional (*perceived usefulness*), serta pengaruh sosial menjadi determinan penting dalam mendorong peningkatan konsumsi melalui platform digital (Puspitasari & Indrarini, 2021). Selain itu, gaya hidup modern yang cenderung mengikuti tren dan mengutamakan kenyamanan juga terbukti berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif (Mursalim et al., 2024). Menariknya, literasi keuangan ditemukan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap pengelolaan keuangan, maka kecenderungan konsumtifnya akan semakin rendah (Mursalim et al., 2024). Dampak sistem pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bervariasi, dengan salah satu studi mencatat kontribusi sebesar 34,6% (Nur, 2020), dan dapat meningkat jika dikombinasikan dengan faktor-faktor lain seperti promosi dan diskon yang agresif (Hidayat et al., 2024). Temuan-temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun sistem pembayaran digital

menawarkan kenyamanan dan efisiensi, ia juga berpotensi memperkuat kecenderungan konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini berfokus untuk menelusuri bagaimana ShopeePay dan ShopeePayLater memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, serta faktor dominan yang mendorong penggunaan fitur tersebut. Sebagian besar kajian sebelumnya lebih banyak membahas pengaruh sistem pembayaran digital atau gaya hidup secara terpisah terhadap perilaku konsumtif. Padahal dalam konteks saat ini, keduanya saling terkait dan tidak bisa dipisahkan. Kombinasi antara kemudahan bertransaksi melalui fitur digital Shopee dan gaya hidup konsumtif mahasiswa sebagai pengguna aktif e-commerce belum banyak diteliti secara mendalam. Terutama pada lingkup mahasiswa FE.BI UINSU yang memiliki latar belakang keilmuan ekonomi Islam, namun tetap menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Penelitian ini menjadi penting untuk mengisi kekosongan tersebut, sekaligus memberikan gambaran bagaimana platform e-commerce seperti Shopee dapat membentuk pola perilaku konsumsi mahasiswa secara keseluruhan. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemudahan sistem pembayaran digital pada platform Shopee, khususnya melalui fitur ShopeePay dan ShopeePayLater, berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan dalam melakukan transaksi, promosi yang menarik, serta penawaran pembayaran tunda menjadi daya tarik tersendiri yang diduga memiliki kontribusi terhadap meningkatnya intensitas belanja mahasiswa, terlepas dari urgensi kebutuhannya. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana gaya hidup mahasiswa, yang terbentuk dari kebiasaan digital, tren media sosial, dan pola konsumsi sehari-hari, memiliki hubungan dengan penggunaan fitur-fitur Shopee. Selain itu, melalui penelitian ini akan ditelusuri faktor mana yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa apakah sistem pembayaran digital yang memfasilitasi kemudahan transaksi, atau gaya hidup konsumtif yang terbentuk dari kebiasaan dan pengaruh lingkungan digital.

Menurut Prelec dan Simester (2001), metode pembayaran non-tunai seperti kartu kredit yang kini berkembang menjadi sistem pembayaran digital dapat mengurangi rasa kehilangan uang secara psikologis, sehingga individu lebih bersedia melakukan pembelian meskipun nilainya besar. Mereka menyebut fenomena ini sebagai “the credit card premium”, yaitu kondisi di mana konsumen cenderung lebih konsumtif ketika bertransaksi secara non-tunai dibandingkan dengan menggunakan uang tunai. Selain itu, teori gaya hidup (Lifestyle Theory) menjelaskan bahwa konsumsi kini banyak dipengaruhi oleh orientasi gaya hidup hedonis (Sari, 2023), tetapi integrasinya dengan sistem pembayaran digital pada konteks mahasiswa ekonomi Islam belum dibahas secara memadai. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan teori terkait bagaimana teknologi pembayaran digital dan gaya hidup membentuk perilaku konsumtif mahasiswa FE.BI UINSU yang berlatar belakang studi ekonomi Islam.

Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FE.BI) Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) yang secara akademis memiliki pengetahuan dasar mengenai ekonomi, keuangan, dan manajemen konsumsi. Mahasiswa FE.BI diharapkan mampu menerapkan prinsip-prinsip ekonomi rasional dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Namun, realitanya banyak dari mereka justru menjadi bagian dari target pasar e-commerce dan pengguna aktif fitur-fitur pembayaran digital yang ditawarkan oleh platform seperti Shopee. Shopee dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu platform belanja online yang paling dominan dan populer di kalangan mahasiswa, dengan fitur-

fitur seperti ShopeePay, ShopeePayLater, gratis ongkir, dan diskon harian yang sangat mudah diakses melalui perangkat digital. Fitur-fitur ini secara langsung berkaitan dengan praktik transaksi digital yang cepat, instan, dan cenderung memicu perilaku konsumsi impulsif di kalangan pengguna muda, termasuk mahasiswa FEBI UINSU. Fenomena ini menarik untuk dikaji secara lebih mendalam karena menunjukkan adanya pengaruh nyata dari teknologi digital terhadap perilaku ekonomi mahasiswa, khususnya mahasiswa yang secara keilmuan seharusnya memahami pentingnya literasi keuangan dan konsumsi yang bijak

2. KAJIAN PUSTAKA

Sistem Pembayaran Digital

Digital Payment merupakan pembayaran digital yang mempunyai dua bentuk yaitu menggunakan computer dan digital. Digital Payment menurut Gaol adalah sistem pembayaran yang khusus telah dikembangkan untuk menangani pembayaran barang-barang secara elektronik melalui internet. Digital payment atau disebut sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik. Seluruh kegiatan tersebut dapat dilakukan hanya dengan menggunakan perangkat elektronik yaitu ponsel pintar (Saputra 2019). Saat ini penggunaan digital payment sudah mendominasi kaum generasi X, Y, dan Z. Transaksi menggunakan digital memang terbilang mudah dan praktis selain itu benefit lain dari penggunaan transaksi melalui digital payment ialah adanya promosi-promosi yang didapatkan seperti cashback, dan diskon. Menurut Puspita (2019:127), terdapat tiga indikator dalam digital payment di antaranya adalah sebagai berikut : Kenyamanan, dalam menggunakan pembayaran secara digital. Kemudahan Akses, dalam menggunakan pembayaran digital kapanpun dimanapun. Serta, Manfaat, yang dapat dirasakan oleh pengguna pembayaran digital tersebut secara langsung maupun tidak langsung (Titasari,I.H.,2023)

Gaya Hidup

Gaya hidup suatu pola hidup seseorang diekspresikan saat ada aktivitas, minat, dan pendapatnya terbentuk melalui kelas sosial dan kerjaan. Namun, meskipun tingkat sosial dan profesi yang sama tidak menjamin kesamaan pada gaya hidup yang serupa (Firmansyah, 2018). Selanjutnya, pada dasarnya adalah perilaku cerminan masalah yang sudah ada di alam pikir langgan namun cenderung bercampur baur pada berbagai hal terkait masalah emosional dan psikologi konsumen

Menurut Tjiptono (dalam Porajow et al., 2020), faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seorang pelanggan dari adanya ikatan emosional terjalin kuat antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan memakai produk dan jasa dari perusahaan dan menemukan bahwa produk atau jasa tersebut ditemukan memberikan nilai lebih atau nilai tambah. Menurut Amstrong (2016), indikator Gaya hidup berikut: 1. Pilihan produk Konsumen ambil putusan seketika saat membeli produk yang ada atau memakai/mengalihkan uang miliknya untuk tujuan atau keperluan lain. Perusahaan sebaiknya harus terpusatkan perhatian pada konsumen yang tertarik membeli produk dan alternatif dasar yang menjadi pertimbangan. 2. Pilihan merek Konsumen harus ambil putusan tentang merek mana yang mau dibeli, setiap merek memiliki perbedaannya sendiri. Maka perusahaan harus tahu bagaimana konsumen memilih suatu merek yang idela baginya. 3. Metode pembayaran. Konsumen dapat ambil putusan tentang tata cara membayar yang digunakan ketika ambil putusan untuk memakai produk atau jasa. Ketika ini terjadi, putusan membeli dipengaruhi tidak hanya oleh aspek lingkungan atau

keluarga, tetapi juga aspek teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian (Rosniwaty, et al., 2022).

Perilaku Konsumtif

Menurut Delyana (2018:106), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam menggunakan produk atau jasa yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan prioritas, khususnya terkait konsumsi barang-barang sekunder yang tidak memiliki urgensi tinggi (Naufalia, 2022). Senada dengan hal tersebut, Ridha Maysaroh et al. (2023) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mencerminkan tindakan pembelian yang berlebihan dan tidak didasarkan pada pertimbangan rasional. Erich Fromm (1995 dalam Fitria, 2015:122) menambahkan bahwa perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, antara lain dorongan untuk memenuhi keinginan semata, kecenderungan membeli barang yang berada di luar kemampuan finansial, penggunaan barang secara tidak produktif, serta adanya orientasi pada status sosial melalui konsumsi (Naufalia, 2022).

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kajian mengenai cara individu, kelompok, maupun organisasi dalam menentukan pilihan, melakukan pembelian, memanfaatkan, dan mengevaluasi barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan mereka. Solomon (2013) menegaskan bahwa perilaku konsumsi merupakan suatu proses pembelajaran yang melibatkan seseorang atau kelompok dalam mengambil keputusan terkait pemilihan, penggunaan, dan pengelolaan produk atau jasa guna memperoleh kepuasan. Sejalan dengan itu, Noel (2009) berpendapat bahwa studi perilaku konsumen juga menelaah bagaimana keputusan pembelian dilakukan serta dampaknya terhadap kehidupan sehari-hari. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, perilaku konsumtif dapat disimpulkan sebagai proses interaksi psikologis dan sosial yang mendorong individu dalam memperoleh, menggunakan, dan memanfaatkan barang atau jasa, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional tetapi juga untuk memuaskan keinginan subjektif.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif bertujuan untuk mengetahui hubungan antarvariabel secara sistematis melalui pengumpulan data berupa angka dan dianalisis dengan metode statistik. Lokasi penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FE.BI) UIN Sumatera Utara dengan objek penelitian mahasiswa FE.BI yang aktif ditahun 2025 yang berasal dari lima program studi yaitu Akuntansi Syariah sebanyak 717 orang, Asuransi Syariah sebanyak 116 orang, Ekonomi Islam sebanyak 713 orang, Manajemen sebanyak 769 orang, dan Perbankan Syariah sebanyak 674 orang. Jumlah keseluruhan populasi mahasiswa aktif tahun 2025 adalah sebanyak 2.989 orang. Karena jumlah populasi yang cukup besar, maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kelonggaran kesalahan (e) sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan rumus slovin didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 orang.

Teknik sampling yang dipilih adalah *proportionate stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel acak dengan mempertimbangkan proporsi jumlah mahasiswa pada masing-masing program studi. Alokasi sampel untuk masing-masing program studi yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Alokasi Sampel Masing Masing Prodi

Prodi	Populasi n_i	$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$	Floor n_i	Pecahan	Penyesuaian n (+1)	Sampel Akhir n_i
Akuntansi Syariah	717	$n_i = \frac{717}{3088} \times 97$	22,52	0.5223	1	23
Asuransi Syariah	116	$n_i = \frac{116}{3088} \times 97$	3,64	0.6438	1	4
Ekonomi Islam	713	$n_i = \frac{713}{3088} \times 97$	22,39	0.3967	1	23
Manajemen	769	$n_i = \frac{769}{3088} \times 97$	24,16	0.1558	1	25
Perbankan Syariah	674	$n_i = \frac{674}{3088} \times 97$	21,17	0.1716	1	22
Total	2.989					97

Program Studi Akuntansi Syariah memperoleh 23 responden, Program Studi Asuransi Syariah memperoleh 4 responden, Program Studi Ekonomi Islam memperoleh 23 responden, Program Studi Manajemen memperoleh 25 responden, dan Program Studi Perbankan Syariah memperoleh 22 responden. Dengan demikian, keseluruhan sampel berjumlah 97 responden yang mewakili proporsi dari masing-masing program studi di FEBI UIN Sumatera Utara. Nantinya, kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif FEBI UINSU angkatan 2025, berasal dari salah satu dari lima program studi di atas, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Kuisisioner disebarkan dengan cara membagikan link gform melalui media sosial yang berisi mahasiswa/i FEBI UINSU dan waktu penelitian dihitung sejak kuisisioner disebarkan hingga jumlah responden yang ditargetkan terpenuhi. Responden yang tidak mengisi kuesioner secara lengkap atau memberikan jawaban yang tidak konsisten tidak dimasukkan dalam analisis data. Data penelitian dikumpulkan menggunakan instrumen berupa kuesioner terstruktur yang disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert lima poin (1 = Sangat Setuju Sampai 5 = Sangat Tidak Setuju).

Selanjutnya data dianalisis secara inferensial dengan menggunakan teknik regresi untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan bantuan software SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil merupakan bagian utama artikel ilmiah, berisi: hasil bersih tanpa proses analisis data, hasil pengujian hipotesis. Hasil dapat disajikan dengan table atau grafik, untuk memperjelas hasil secara verbal

Pembahasan merupakan bagian terpenting dari keseluruhan isi artikel ilmiah. Tujuan pembahasan adalah: Menjawab masalah penelitian, menafsirkan temuan-temuan, mengintegrasikan temuan dari penelitian ke dalam kumpulan pengetahuan yang telah ada dan menyusun teori baru atau memodifikasi teori yang sudah ada.

Tabel. 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.462	.551		.000
	Leadership	.443	.173	.231	.004

Pengembangan karir	.312	.087	.346	3.245	.003
--------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: job satisfaction

Sumber : Pengolahan Data, 2019

Tabel dibuat dengan lebar garis 1 pt dan *tables caption* (keterangan tabel) diletakkan di atas tabel. Keterangan tabel yang terdiri lebih dari 2 baris ditulis menggunakan spasi 1. Garis-garis tabel diutamakan garis horizontal saja sedangkan garis vertikal dihilangkan.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan tepat. Berikut penjelasan hasil uji validitas pada setiap variabel:

B. Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital	x1.1	0.736	0.195	Valid
	x1.2	0.736	0.195	Valid
	x1.3	0.755	0.195	Valid
	x1.4	0.733	0.195	Valid
	x1.5	0.729	0.195	Valid
	x1.6	0.600	0.195	Valid
Gaya Hidup	x2.1	0.838	0.195	Valid
	x2.2	0.861	0.195	Valid
	x2.3	0.823	0.195	Valid
	x2.4	0.769	0.195	Valid
	x2.5	0.816	0.195	Valid
	x2.6	0.723	0.195	Valid
perilaku konsumtif	y0.1	0.446	0.195	Valid
	y0.2	0.765	0.195	Valid
	y0.3	0.897	0.195	Valid
	y0.4	0.871	0.195	Valid
	y0.5	0.879	0.195	Valid
	y0.6	0.878	0.195	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Nilai Rhitung menunjukkan nilai yang lebih besar $> R_{tabel} = 0.195$, Valid maka hasil tersebut menunjukkan jika semua indikator sudah valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0.60, maka instrumen dikatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Rule Of Thumb	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital	0.809	0.60	Reliabel
Gaya Hidup	0.890	0.60	Reliabel
perilaku konsumtif	0.894	0.60	Reliabel

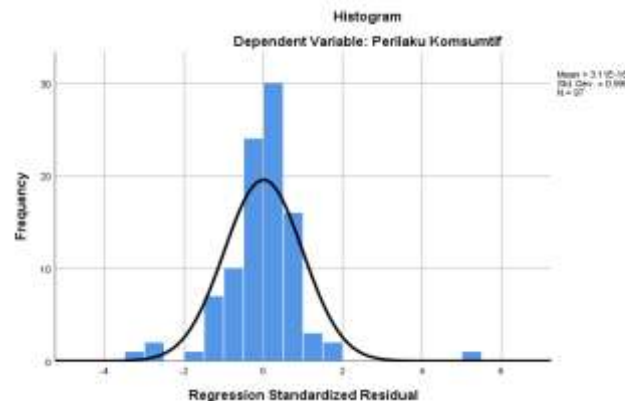
Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Nilai cronbach alpha menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0.60 maka hasil tersebut menunjukkan jika semua variabel sudah reliable.

C. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

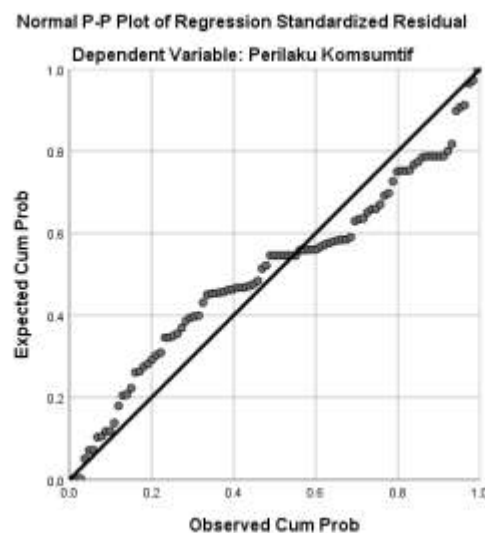
Uji normalitas bertujuan untuk memastikan data residual berdistribusi normal. Hasil Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi $0.200 > 0.05$, yang berarti data berdistribusi normal dan layak digunakan dalam analisis regresi.



Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Gambar 2. Histogram

Pada gambar di atas menunjukkan garis histogram membentuk seperti lonceng maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah berdistribusi normal.



Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Gambar 3. P.Plot

Pada gambar di atas menunjukkan jika titik titik sudah mengikuti garis diagonal maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah berdistribusi normal.

Uji statistik non-parametrik yang berfungsi untuk menguji kesesuaian antara suatu distribusi data sampel dengan distribusi teoritis tertentu, atau untuk membandingkan dua sampel data independen guna mengetahui apakah keduanya berasal dari populasi yang sama atau memiliki distribusi yang serupa.

Tabel 5. Hasil Test Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.5016850
	Std. Deviation	2.46575977
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.072
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Nilai Asympsig adalah $0.200 > 0.05$ maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah berdistribusi normal

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan kuat antar variabel independen. Nilai VIF harus lebih kecil (<10) agar tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Sistem Pembayaran Digital	.840	1.191
Gaya Hidup	.840	1.191

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Nilai VIF adalah lebih kecil dari 10 maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah terbebas dari masalah multikolienaritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah terjadi ketidaksamaan varians residual.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

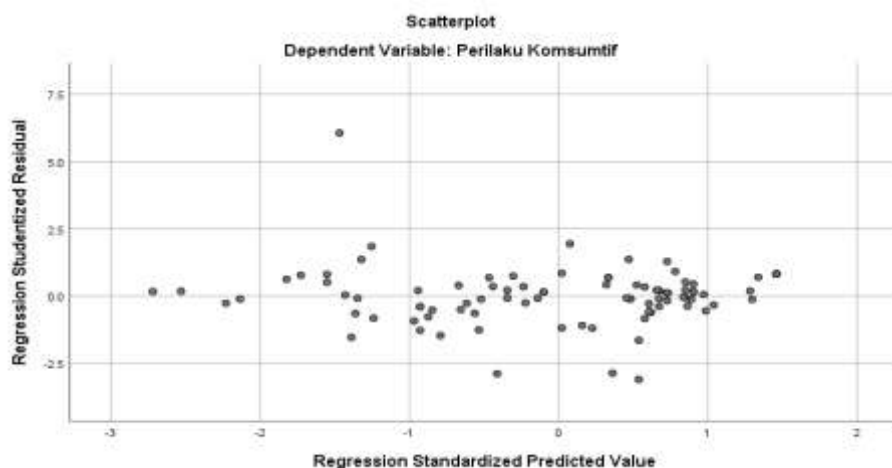
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.276	1.442		.885	.379

Sistem Pembayaran Digital	.093	.062	.166	1.507	.135
Gaya Hidup	-.075	.038	-.215	-1.956	.053

a. Dependent Variable: resabs

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Dengan menggunakan resabs sebagai dependen menunjukkan nilai sig yang lebih besar dari 0.05 maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah terbebas dari masalah heteroskidastistas.



Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Gambar 4.Scatterplot

Selain itu sebaran titik titik berada di atas dan dibawah nol maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah terbebas dari masalah heteroskidastistas

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar residual.

Tabel 7. Hasil Uji autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.824 ^a	.678	.672	3.45953	1.888

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Sistem Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Perilaku Komsumtif

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Nilai Dw adalah 1.888

Nilai Dl adalah 1.633

Nilai DU adalah 1.7152

Nilai Dw adalah lebih besar dari nilai dl dan du maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah terbebas dari maslaah autokorelasi

Dengan menggunakan resabs sebagai dependen menunjukkan nilai sig yang lebih besar dari 0.05 maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah terbebas dari masalah heteroskidastistas.

D. Uji Persamaan Regresi

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis regresi

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.050	2.560		3.535	.001
	Sistem Pembayaran Digital	-.338	.110	-.196	-3.075	.003
	Gaya Hidup	.944	.068	.882	13.826	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Komsumtif

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 9.050 (c) + -.338 (x1) + .944 (x2)$$

Nilai koefisien konstanta adalah positif maka apabila sistem pembayaran digital dan gaya hidup sama dengan 0 maka variabel perilaku komsumtif akan meningkat sebesar 9.050

Nilai koefisien x1 adalah -0.338 maka apabila sistem pembayaran digital meningkat maka akan menurunkan variabel perilaku komsumtif sebesar 0.336

Variabel x2 menunjukkan nilai koefisien adalah 0.944 maka apabila gaya hidup meningkat maka akan menaikkan perilaku komsumtif sebesar 0.994

E. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.050	2.560		3.535	.001
	Sistem Pembayaran Digital	-.338	.110	-.196	-3.075	.003
	Gaya Hidup	.944	.068	.882	13.826	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Komsumtif

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

Variabel x1 menunjukkan nilai sig adalah $0.003 < 0.05$ maka sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku komsumtif

Variabel x2 menunjukkan nilai sig adalah $0.00 < 0.05$ maka gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku komsumtif

b. Uji f simultan

Tabel 8. Hasil Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2373.968	2	1186.984	99.177	.000 ^b
	Residual	1125.022	94	11.968		
	Total	3498.990	96			

a. Dependent Variable: Perilaku Komsumtif

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Sistem Pembayaran Digital

Sumber : Hasil Olah Data SPSS.

Nilai sig adalah $0.000 < 0.05$ maka sistem pembayaran digital dan gaya hidup secara simultan atau bersama sama berpengaruh signifikan terhadap dependen pembayaran digital

c. Uji R

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.678	.672	3.45953

Sumber : Hasil Olah Data SPSS

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Sistem Pembayaran Digital

b. Dependent Variable: Perilaku Komsumtif

Nilai R Square sebesar 0.678 menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital dan gaya hidup mampu menjelaskan perubahan perilaku konsumtif sebesar 67.8%. Sedangkan sisanya sebesar 32.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Sistem Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Sistem pembayaran digital memberikan kenyamanan dalam melakukan transaksi karena menawarkan proses yang cepat, efisien, dan dapat diakses kapan pun serta di mana pun. Kemudahan tersebut secara psikologis menurunkan tingkat pain of payment atau rasa kehilangan uang saat bertransaksi, sehingga individu menjadi kurang mempertimbangkan dampak finansial dari keputusan pembelian yang dilakukan. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa semakin kecil hambatan dalam proses pembayaran, semakin besar peluang terjadinya pembelian spontan atau impulsif

Namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin bijak seseorang memanfaatkan pembayaran digital, semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif. Dengan kata lain, apabila penggunaan digital payment dilakukan secara terencana dan terkendali, perangkat finansial berbasis teknologi justru berperan dalam membantu pengelolaan keuangan pribadi secara lebih rasional. Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Puspita Sari dan

Indrarini (2021) yang menyatakan bahwa digital payment justru berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, dan opini yang menjadi karakteristik individu serta tercermin dalam cara mereka mengambil keputusan konsumen. Seseorang dengan gaya hidup hedonis atau konsumtif cenderung menjadikan pembelian barang dan jasa bukan sebagai pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi lebih sebagai sarana memperoleh kesenangan, pengakuan sosial, atau pembentukan citra diri. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumsi yang menyatakan bahwa pilihan konsumsi dipengaruhi oleh orientasi nilai dan simbolisme sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi orientasi konsumtif dalam gaya hidup seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk melakukan konsumsi berlebihan dan pembelian berulang. Variabel gaya hidup bahkan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan sistem pembayaran digital, yang menunjukkan bahwa faktor psikologis dan sosial individu memberikan kontribusi besar dalam membentuk kecenderungan konsumsi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mursalin et al. (2024) yang juga menemukan bahwa gaya hidup secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Makassar.

3. Pengaruh Sistem Pembayaran Digital dan Gaya hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dengan F hitung sebesar 99,177. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital (X1) dan gaya hidup (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Temuan ini diperkuat dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,678 yang berarti 67,8% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut, sementara 32,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, sistem pembayaran digital dan gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Menariknya, arah pengaruh sistem pembayaran digital bersifat negatif, yang menunjukkan bahwa penggunaan fasilitas finansial digital secara bijaksana justru dapat menekan kecenderungan konsumtif.
3. Di sisi lain, gaya hidup terbukti menjadi faktor yang mendorong perilaku konsumtif secara kuat dan signifikan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa teknologi finansial dan pola kehidupan modern saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumsi generasi muda saat ini

Saran

Untuk penelitian mendatang, disarankan agar cakupan objek penelitian diperluas pada populasi dengan karakteristik yang lebih bervariasi sehingga hasil temuan memiliki generalisasi yang lebih kuat. Selain itu, penelitian lanjutan dapat memasukkan variabel tambahan seperti literasi keuangan, kontrol diri, faktor psikologis, atau pengaruh lingkungan sosial untuk memperkaya model penelitian. Penggunaan metode kualitatif atau pendekatan campuran (mixed methods) juga direkomendasikan agar mampu

menggali aspek perilaku konsumtif secara lebih komprehensif, khususnya dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi keuangan di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Gde Bagus Pradipta Nandana Putu, & Putu Sri Arta Jaya Kusuma. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Gaya Hidup Generasi-Z di Kota Denpasar. *Akuntansi* 45, 5(2), 52–62. <https://doi.org/10.30640/akuntansi45.v5i2.3337>
- Hayati, S. N. S., Rusdiana, & Malihah, L. (2023). Pengaruh Digital Payment dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.5152>
- Hidayat, F., Riofita, H., & Penelitian, A. (2024). Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Di Era Digital Pada Platform E-Commerce. The Influence of Discounts and Promotions on Impulsive Purchasing Behavior in the Digital Era on E-Commerce Platforms. *Jurnal Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4196–4201. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6400>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech Digital Payment* dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Gigital dan Manajemen*, 1(1), 1-9.
- Nur, R. A. (2020). PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Otonomi*, 20, 396–406.
- Nurbaiti, N., Harahap, M. I., & Nabila, W. J. (2023). Perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk fashion syariah: Studi kasus mahasiswi FEBI UINSU. **El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (1), 93–103. (<https://doi.org/10.47467/elmujtama.v3i1.226>)
- Pitaloka, S. W., & Nasution, M. I. P. (2023). Analisis penggunaan uang digital sebagai pengganti uang tunai di Indonesia. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, 1(3), 5–9. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10289543>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Rosniwati, N., Maharani. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Urban Traffic Medan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan dan Bisnis* 3(1) 114-125
- Sahabuddin, R., dkk (2025). Pengaruh E-Wallet dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 270–283. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4507>

- Saragih, H. S., Soemitra, A., & Nurbaiti. (2023). Pengaruh promosi, persepsi manfaat dan gaya hidup terhadap keputusan penggunaan e-wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 640–649. (<https://doi.org/10.31932/jpe.v8i3.2963>)
- Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E.Commerce Shopee pada Masa Pandemi dalam Perspektif Gender: Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UINSU. *As-Syirkah: Islamic Economics & Financial Journal*, 2(1), 115–128. <https://doi.org/10.56672/assyirkah.v2i1.48>
- Titasari, I. H. (2023). Pengaruh E-Commercedan Digital Payment terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM.) di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Sunan Kalijaga Islamic Economic Journal* 1(3) 25-51.
- Fitriani, N. (2022). Pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 10(2), 145–152.
- Hidayat, R. (2021). Analisis penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 34–41.
- 021). Lingkungan sosial dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi*, 5(3), 210–218.
- Pratama, Y. (2022). Theory of Planned Behavior dan konsumsi digital generasi Z. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(1), 55–62.