

1. Pendahuluan

Uang memiliki sejarah yang panjang dan telah mengalami perubahan sejak dikenal manusia. Pada mulanya, masyarakat kuno yang hidup berkelompok serta dapat memenuhi kebutuhan sendiri belum mengenal uang sebagai alat penukar. Kemudian, dalam perkembangannya, mereka tidak dapat lagi memenuhi kebutuhannya sendiri dan mulai berhubungan dengan masyarakat lain, maka terciptalah suatu kebutuhan untuk melakukan pertukaran antar individu atau antar kelompok masyarakat tersebut (Sari, Malik dan Hidayat, 2020). Pertukaran ini pada mulanya dilakukan dengan cara menukarkan suatu barang dengan barang lain yang dikenal dengan sistem *barter*. Dalam sistem ini, barang harus dapat diukur dengan seluruh atau sebagian barang lainnya (Sari, Malik dan Hidayat, 2020). Namun, dengan semakin kompleksnya perekonomian yang berkembang di masyarakat, sistem barter perlahan ditinggalkan sehingga muncul kebutuhan akan adanya suatu alat tukar menukar yang mempermudah masyarakat untuk melakukan dan memperlancar perekonomian, yakni uang.

Perkembangan penggunaan uang sebagai alat tukar menukar berlangsung secara bertahap dan sangat lama, sehingga dalam perkembangannya, masyarakat menggunakan logam dan kertas sebagai uang dan penggunaan uang non-tunai sudah mulai dikenal. Perkembangan penggunaan uang non-tunai ini, sejalan dengan meningkatnya perkembangan teknologi informasi dapat memudahkan, mengefisiensi, mengurangi waktu dan biaya dalam bertransaksi. Sehingga, masyarakat cenderung untuk menggunakan uang elektronik atau *electronic money* atau *e-money* (Fadlillah, 2018).

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

E-money telah digunakan hampir pada seluruh kegiatan perekonomian, sebagai alat pembayaran. Mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Bersedekah pun dapat dilakukan dengan menggunakan *e-money* seperti halnya yang pernah dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional yang membuka program sedekah *online* bekerjasama dengan *gopay* dan kitabisa.com (Reza, 2019).

Bank Indonesia (BI) mencatat bahwa pada tahun 2023, nilai transaksi *digital banking* tercatat Rp 58.478,24 triliun atau tumbuh sebesar 13,48 persen (YoY). Diproyeksikan meningkat 9,11 persen (YoY) hingga mencapai Rp 63.803,77 triliun pada tahun 2024. Sementara, nilai transaksi uang elektronik (UE) meningkat 43,45 persen (YoY) sehingga mencapai Rp 835,84 triliun dan diproyeksikan meningkat 25,77 persen (YoY) hingga mencapai Rp 1.051,24 triliun pada tahun 2024. Nominal transaksi QRIS tercatat tumbuh 130,01 persen (YoY) dan mencapai Rp 229,96 triliun. Jumlah pengguna 45,78 juta dan jumlah *merchant* 30,41 juta yang sebagian besar merupakan UMKM. Sementara itu, nilai transaksi pembayaran menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit mencapai Rp 8.178,69 triliun atau turun sebesar 0,81 persen (YoY).

Proporsi transaksi uang logam dan kertas sudah kian tergeser dengan kehadiran *e-money*. Pembayaran dengan menggunakan *e-money* ini mengurangi peredaran uang kertas dan logam atau tunai. Sebaliknya, jumlah uang elektronik yang beredar semakin mengalami peningkatan. Tercatat sudah mencapai angka 772,6 juta unit jumlah uang elektronik yang beredar per November 2022 yang dapat dilihat pada Tabel 1.1. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada Juni 2022. Artinya, rata-rata setiap penduduk memiliki 2,8 unit uang elektronik pada tahun lalu.

Peningkatan jumlah uang elektronik yang beredar dari tahun ke tahun tersebut sejalan dengan pertumbuhan transaksi uang elektronik yang terus meningkat pada November 2022, yakni 362,08% (*year on year/yoy*) dari tahun 2018 (Kusnandar, 2023), nominal itu diperkirakan akan terus melonjak karena penggunaan *e-money* belum diterapkan di seluruh aspek perekonomian. Hal ini mengindikasikan preferensi masyarakat menggunakan *e-money* akan terus meningkat.

Pilihan masyarakat yang bergeser ke arah kemudahan digitalisasi semakin menguat. Penerimaan masyarakat akan uang elektronik sebagai alat pembayaran ini tidak lepas dari penerimaan masyarakat akan hadirnya teknologi dalam uang elektronik. Hal ini berkaitan dengan teori TAM yang dikembangkan oleh Fred Davis. Dalam TAM, Davis menemukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi. Dua dari beberapa faktor tersebut, yakni kemanfaatan dan kemudahan menjadi faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi (Walfajri, 2019).

Pergeseran makna dalam pengonsumsiannya suatu barang ini menurut Sumarwan (2011) mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari seorang konsumen. Konsumen dari perspektif konsumen dapat berarti; (a) pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan, (b) barang, jasa, merek, harga, kemasan, kualitas, kredit toko, layanan purna jual, (c) menawar, mencari informasi, membandingkan merek, dan (d) persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup. Dalam hal ini, konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dalam mengonsumsi barang dan jasa, namun apabila seorang konsumen memandang dirinya sebagai orang yang modern dan mudah menerima inovasi. Persepsi konsumen terhadap dirinya tersebut akan direfleksikan dengan perilaku konsumsinya. Konsumen tersebut akan mudah menerima dan membeli berbagai peralatan dan alat komunikasi yang modern dan selalu tertarik membeli suatu yang baru. Dengan demikian, konsumen akan terus melakukan pembelian di luar yang menjadi kebutuhannya. Hasrat untuk membeli barang dan jasa di luar kebutuhan konsumen inilah yang membuat seorang konsumen berperilaku konsumtif (Kusnandar, 2023).

Di Indonesia sendiri, konsumen sebagai pelaku ekonomi yang memiliki peran dalam melakukan konsumsi rumah tangga menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Bank Dunia tahun 2015 dalam Daniel (2019) menyebutkan bahwa manfaat pertumbuhan ekonomi Indonesia ini hanya bisa dinikmati oleh 18-20% masyarakatnya. Mereka diidentifikasi sebagai masyarakat konsumtif yang umumnya tinggal di perkotaan dan menjadi segmen konsumen yang paling berdaya di pasar.

Salah satu yang mudah mengakses sumber daya dan peluang ekonomi yang baik adalah para generasi muda. Generasi muda sebagai generasi milenial atau generasi yang melek akan teknologi dan hidup di tengah *internet of things* dianggap dapat menyesuaikan diri dengan budaya baru, seperti membayar secara non-tunai atau menggunakan *e-money* dalam bertransaksi. Terlebih lagi, dengan bertransaksi dengan uang elektronik sifatnya sangat mudah dan praktis. Tentu saja hal ini sesuai dengan karakteristik dari generasi milenial khususnya generasi muda yang suka segala sesuatunya itu dilakukan dengan mudah dan praktis (Hartomo, 2020).

Semakin mudahnya bertransaksi dengan adanya uang elektronik membuat masyarakat lebih khusus generasi muda, rentan dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumen yang tidak rasional dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya. Hamilton dkk., dalam Suminar dan Meiyuntari (2015) juga berpendapat bahwa perilaku konsumtif disebut dengan istilah *wastefull consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang

dan jasa yang tidak berguna atau mengonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan.

Dengan demikian, semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi akan mempengaruhi perilaku konsumen. Semakin tinggi penggunaan *e-money* maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi yang dilakukan. Semakin meningkatnya penggunaan uang elektronik yang sifatnya sangat mudah dan praktis ini berdampak pula bagi generasi muda di Kota Magelang yang terpengaruh untuk mengikuti perubahan sistem pembayaran dalam bentuk non tunai.

Sistem pembayaran yang mudah, secara teori memang mendorong orang untuk bertransaksi. Terlebih lagi pada kelompok milenial yang tercatat sebagai pengguna utama uang elektronik. Kemudahan dan keringkasannya transaksi uang elektronik membuat mereka yang belum begitu mapan dalam karier dan penghasilan, rentan dalam pengeluaran dan melupakan tabungan atau investasi. Oleh karena itu, kendati transaksi uang elektronik menawarkan kemudahan, ada efek negatif yang bisa muncul dalam penggunaannya. Melihat fenomena di atas, dengan uang elektronik pengeluaran menjadi tidak terasa dan membuat seseorang menjadi kurang hati-hati serta cenderung melakukan konsumsi secara berlebihan. Hal tersebut berpotensi terus terjadi terutama pada kalangan anak muda atau kelompok milenial seperti mahasiswa yang tercatat sebagai pengguna utama uang elektronik.

Berdasarkan uraian data dan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang dengan pertanyaan penelitian (i) bagaimana pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang?, dan (ii) apa saja perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang yang ditimbulkan dalam penggunaan uang elektronik?

2. Kajian Pustaka

Uang Elektronik

Uang elektronik secara sederhana berarti alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Uang elektronik yang dimaksud adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di Bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media elektronik tersebut (Pohan, 2011).

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik menyatakan bahwa uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip; dan
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai uang elektronik juga merupakan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Bank for International Settlement (BIS) dalam Sari dkk., mendefinisikan uang elektronik sebagai "*produk stored value*" (nilai tersimpan) atau *prepaid* (prabayar) dimana catatan dana atau nilai yang dimiliki konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen.

Dengandemikian, dapat dikatakanbahwauangelektronik merupakan salahsatu inovasi instrumen pembayaran yang muncul akibat dari dampak perkembangan teknologi yang semakin pesat dengan menggunakan media elektronik tertentu yang dimana dimiliki konsumen dan telah mendapat izin serta diatur dalam Peraturan Bank Indonesia.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Eletronik mengenai lingkup penyelenggaraanuang elektronik, *e-money* dibedakan menjadidua, yakniclosed loop dan open loop.

- a. *Closed loop*, yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- b. *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektroniktersebut.

Dalam hal ini, sebagaimana yang dimaksud dari pernyataan di atas, menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Eletronik, uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna.

a. Mediapenyimpanannilaiuangelektronikyangerupa:

- 1) *Server based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa server yang dimana nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Seperti T-Cash, Gopay, OVO, Dana, Shopeepay dan sebagainya.
- 2) *Chip based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa chip yang dimana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbitjuga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. Hal ini mendukung kemungkinan transaksi dilakukan secara offline dan uang elektronik berbasis kartu seperti halnya TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, Mandiri *e-money* Bank Mandiri, JakCard Bank DKI, dan sebagainya.

b. Pencatatandataidentitaspenggunauangelektronikyangerupa:

- 1) *Unregistered*, yakniuangelektronik yangdataidentitaspenggunanyatidakterdaftar dan tidak tercatat pada penerbit. Dalamhal ini, batas maksimum nilaiUang Elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis *unregistered* adalah Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah).
- 2) *Registered*, yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya terdaftar dan tercatat pada penerbit. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik *Registered*. Batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis *registered* adalah Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jenis uang elektronik dalam lingkup penyelenggaranyadapat dibedakanmenjadiclosed loopdanopenloopsedangkandalamclose loop dan open loop uang elektronik dapat dibedakan menjadi uang elektronik dengan media penyimpanan server dan chip dan data identitas penggunanya dapat dibedakan menjadi *unregistered* dan *registered*.

Adanya uang elektronik, tidak terlepas dari adanya pihak-pihak penyelenggara uang elektronik. Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, pihak-pihak penyelenggara uang elektronik ini harus memuat unsur:

- a. Pemegangkartuadalahpenggunayangsahdariuang elektronik.
- b. Prinsipal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggungjawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit dan/atau *acquirer*, dalam transaksi uang elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.

- c. Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.
- d. *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain.
- e. Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan uang elektronik.
- f. Penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik.
- g. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggung jawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik menyatakan bahwa penyelenggara uang elektronik ini pula harus tetap dilakukan dalam mata uang rupiah, memberikan manfaat bagi perekonomian Indonesia, dan dilakukan dengan tetap mengedepankan penerapan fungsi kehati-hatian, manajemen risiko, serta persaingan usaha yang sehat. Penyelenggara uang elektronik tersebut berkompetisi dalam menarik minat masyarakat dalam penggunaan *e-money* yang diterbitkannya dengan menawarkan berbagai macam fasilitas dalam memenuhi kebutuhan masing-masing penggunanya.

Menurut Davis dalam Syifa (2019) penggunaan sistem adalah kondisi nyata pada penggunaan sistem. Konsep dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi. Kepuasan seseorang dalam menggunakan sistem apabila mereka meyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan produktivitas mereka, yang tercermin dari kondisi nyata penggunaan.

Apabila berdasar pada definisi uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, uang elektronik merupakan salah satu bentuk aplikasi sistem yang dimana memuat sebuah teknologi di dalamnya. Oleh karena itu, penggunaan uang elektronik adalah kondisi nyata dari penggunaan layanan uang elektronik oleh masyarakat. Dengan uang elektronik, masyarakat akan dimudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran karena sangat uang elektronik *applicable* untuk melakukan transaksi massal yang nilainya kecil namun frekuensinya tinggi dan tidak akan lagi menerima uang kembalian dalam bentuk barang akibat pedagang tidak mempunyai uang kembalian bernilai kecil (*receh*).

Pada umumnya, penelitian sebelumnya berfokus dengan beberapa faktor yang langsung tertuju dengan faktor yang dimaksud seperti faktor kemudahan, kemanfaatan, promosi, dan sebagainya. Namun terdapat pula yang menurunkan dari beberapa faktor yang ada pada model TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikemukakan oleh Fred Davis (1986) dalam Syifa (2019).

Davis dalam Sari dkk. (2020) menyebutkan bahwa mengembangkan TAM digunakan untuk mengukur mengapa sikap dan kepercayaan konsumen dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menerima atau menolak produk sistem informasi dan membaginya menjadi dua determinan utama sebagai dasar hubungan terkait penggunaan sistem, yaitu kemanfaatan dan kemudahan.

Dalam hal ini, kemudahan menurut Davis dalam Sari dkk. (2020) diartikan sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang keras atau dengan kata lain mudah. Sedangkan Fatmasari dan Wulandari (2016) menjelaskan bahwa kemudahan mengacu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya, kata kemudahan memiliki definisi kebebasan dari kesulitan atau usaha besar. Disamping itu, kemudahan yang dikemukakan oleh Davis dalam Rithmaya (2016),

sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer atau sistem dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan ini menurut Davis adalah mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, serta mudah digunakan.

Keempat indikator kemudahan penggunaan menurut Davis tersebut apabila ditarik korelasinya dengan penggunaan uang elektronik dapat dijelaskan sebagai berikut,

- a. Mudah dipelajari; pemahaman uang elektronik dapat diperoleh dari agen layanan keuangan digital maupun akses pribadi melalui telepon genggam (Genady, 2018). Dengan demikian, uang elektronik sangatlah mudah dimengerti dan dapat digunakan sesuai kebutuhan para penggunanya.
- b. Fleksibel; fleksibel dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) memiliki arti luwes, mudah, dan cepat menyesuaikan diri. Uang elektronik dapat digunakan pada *merchant* yang sudah bekerjasama dengan bank, pengaplikasiannya sudah banyak berkaitan dengan transportasi, parkir, tol, *fast food*, dan sebagainya yang mudah dijangkau oleh para penggunanya. Di samping itu pengisian ulang saldo uang elektronik dapat mudah dilakukan melalui bank, ATM, *mobile banking* ataupun pada minimarket tertentu (Genady, 2013). Dengan demikian, penggunaan uang elektronik dapat dilakukan dimana dan kapanpun sehingga dapat disesuaikan dengan penggunanya.
- c. Dapat mengontrol pekerjaan; penggunaan uang elektronik mengandung nilai praktis hanya dengan dua syarat, yakni adanya saldo dalam uang elektronik dan mesin untuk bertransaksi. Dengan demikian, uang elektronik dapat membantu mempercepat pekerja penggunanya dan transaksi yang dilakukan.
- d. Mudah digunakan; uang elektronik merupakan alternatif instrumen pembayaran. Apabila seseorang ingin menggunakan uang elektronik, maka hanya harus memastikan uang elektronik tersebut memiliki saldo yang cukup. Cara penggunaannya pun mudah hanya dengan menempelkan (*tap*) kartu ke mesin *Electronic Data Capture* (EDC) bagi uang elektronik berbasis *chip* dan mengatur layanan sesuai yang diinginkan bagi uang elektronik berbasis *server* (Genady, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini menggunakan indikator kemudahan penggunaan yang dikemukakan Davis, yakni mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, dan mudah digunakan. Sesuai dengan keadaan seseorang ketika menggunakan suatu teknologi bukan hanya karena kemudahan seperti mudah dipelajari dan mudah digunakan saja melainkan juga dapat membantu untuk mengontrol pekerjaan dan fleksibel dalam penggunaannya.

Konsumen

Konsumen, menurut Philip Kotler dalam Firmansyah (2018) memiliki pengertian semua individu rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi. Firmansyah (2018) sendiri mengartikan konsumen sebagai orang yang membeli barang maupun jasa secara berulang yang dimana dapat berupa individu (perseorangan) maupun kolektif (organisasi).

Konsumen dari perspektif konsumen dalam Sumarwan (2011) melalui bukunya yang berjudul "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran" dapat berarti; (a) pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan, (b) barang, jasa, merek, harga, kemasan, kualitas, kredit toko, layanan purna jual, (c) menawar, mencari informasi, membandingkan merek, dan (d) persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, konsumen dapat didefinisikan bahwa setiap orang yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya secara berulang dengan menawar, mencari informasi, membandingkan, dan mengambil keputusan

untuk membeli/tidak barang atau jasa tersebut sesuai dengan preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, dan gaya hidup yang dimilikinya.

Proses keputusan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi barang dan jasa terdiri dari beberapa tahap digambarkan oleh model perilaku konsumen. Menurut Sumarwan (2011), proses keputusan konsumen dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan. Pemahaman yang baik mengenai proses keputusan ini akan berdampak terhadap perumusan strategi pemasaran yang lebih baik bagi sebuah perusahaan. Begitu halnya perbedaan individu, perbedaan ini akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen seperti agama, kebutuhan dan motivasi, kepribadian, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap konsumen. Faktor lingkungan pun seperti budaya, karakteristik demografi, sosial, dan ekonomi, keluarga, kelompok acuan, lingkungan dan situasi konsumen, dan teknologi akan sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller dalam Indrawati dkk. (2017), berdasarkan model perilaku konsumen, faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli produk baik berupa barang atau jasa dapat diklasifikasikan sebagai dorongan pemasaran, dorongan lainnya di luar dorongan pemasaran, psikologi konsumen, karakteristik konsumen, proses pembelian konsumen, dan keputusan pembelian konsumen yang mana dalam dorongan lainnya di luar dorongan pemasaran terdapat ekonomi, teknologi, kondisi politik, dan budaya yang berasal dari luar perusahaan sehingga sulit untuk dikendalikan perusahaan dan mempengaruhi konsumen dalam mengonsumsi dan mengadopsi suatu produk atau jasa.

Dari beberapa pendapat yang telah diuraikan di atas, terdapat faktor teknologi dalam model perilaku konsumen yang dimana teknologi sendiri merupakan perkembangan teknologi yang ada di masyarakat saat ini dan mempengaruhi konsumen dalam mengadopsi produk atau jasa (Indrawati, dkk., 2017). Teknologi mempengaruhi strategi pemasaran produsen atau pemasar untuk membujuk konsumen terutama dalam hal selera dan gaya hidup, dan pola konsumsi. Teknologi juga mempengaruhi perilaku konsumen dengan semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi, kebutuhan dan keinginan konsumen pun meningkat, baik secara kualitas dan kuantitas (Sangadji dan Sopiah, 2017). Kemajuan teknologi juga mempunyai efek yang sifatnya multiplier (pengganda) yang memiliki arti kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya, salah satunya adalah sistem pembayaran (Sumarwan, 2017).

Kemajuan teknologi sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran, salah satunya melalui uang elektronik. Sistem pembayaran melalui uang elektronik, proses transaksi menjadi lebih mudah, cepat, dan akurat sehingga menjadikan suatu akses yang tidak terbatas oleh para penggunanya. Hal ini merupakan salah satu hal yang dapat merubah perilaku konsumen dengan meningkatkan kebutuhan dan keinginan konsumen, baik secara kualitas maupun kuantitas akibat dari meningkatnya kemajuan di bidang teknologi tersebut.

Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, perilaku berarti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan konsumtif berarti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) atau bergantung pada hasil produksi pihak lain (KBBI, 2020). Sifat konsumtif ini pada dasarnya berasal dari konsumsi akan suatu barang. Echols dan Shadly dalam Prakoso (2017) menuliskan bahwa perilaku konsumtif merupakan bentuk dari kata sifat yang berasal dari '*consumer*' yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti bersifat mengonsumsi barang secara berlebihan.

Tambunan dan Tulus dalam Dikria dan Mintarti (2016) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang

diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Hamilton dkk. dalam Suminar dan Meiyuntari (2015) juga berpendapat bahwa perilaku konsumtif disebut dengan istilah *wastefull consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa mempertimbangkan apakah barang dan jasa yang telah dibelinya berguna atau tidak, masuk ke dalam kebutuhannya atau tidak, sehingga ia melakukan konsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Sumartono dalam Dikria dan Mintarti (2016), terdapat delapan indikator perilaku konsumtif yakni: (a) Membeli produk karena iming-iming hadiah; (b) Membeli produk karena kemasannya menarik; (c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi; (d) Membeli produk atas kepentingan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya); (e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status; (f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; (g) Munculnya pemikiran bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri; (h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Menurut Lina dan Rasyid dalam Susilowati (2019), ada beberapa aspek perilaku konsumtif antara lain (a) Pembelian impulsif; membeli karena didasari oleh keinginan semata, tanpa mempertimbangkannya terlebih dahulu; (b) Pembelian tidak rasional; membeli karena gengsi agar dikesankan sebagai orang yang modern; (c) Pemborosan; menghambur-hamburkan banyak tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

Sembiring dalam Prakoso (2017) menyatakan ciri-ciri perilaku konsumtif adalah (a) Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan *prestise* yang melekat pada barang tersebut; (b) Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan; (c) Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan; (d) Tidak ada skala prioritas.

Dari beberapa indikator perilaku konsumtif di atas, dalam penelitian ini perilaku konsumtif sesuai dengan pendapat Sembiring, karena keempat indikator tersebut merepresentasikan apa yang ingin diukur dalam perilaku konsumtif seorang konsumen ketika adanya suatu teknologi yang dimana konsumen akan merasa kurang peka dengan pola konsumsi yang dilakukan seperti tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, dan tidak adanya skala prioritas akibat adanya kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut.

Beberapa faktor sangat mempengaruhi perilaku konsumtif, Engeldalam Prakoso (2017) mengemukakan faktor perilaku konsumtif terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksud terdiri dari motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal yang dimaksud terdiri dari faktor kebudayaan, faktor kelas sosial, faktor keluarga, kelompok acuan.

Adapun Setiadi (2015) menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, 1) faktor kebudayaan (kebudayaan, sub budaya, dan kelas sosial); 2) faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status); 3) faktor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri); dan 4) faktor psikologi dari konsumen (umur, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap). Menurut Sangadji dan Sopiah (2013), faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli atau mengonsumsi produk atau jasa memiliki faktor utama, yakni faktor lingkungan konsumen dan perbedaan individu.

Faktor lingkungan yang dimaksud meliputi budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga, dan situasi. Sedangkan faktor perbedaan perilaku individu yang dimaksud meliputi sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, dan sikap. Kedua faktor ini dianggap penting dan nantinya akan dievaluasi dalam proses keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang konsumen terdiri dari faktor internal dan eksternal yang dimana keduanya penting dalam mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa, yang berarti bahwa faktor-faktor tersebut bukan hanya berasal dari dalam diri konsumen saja melainkan dari luar konsumen terutama lingkungan juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seorang konsumen tersebut.

Penelitian Terdahulu

Seorang mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang, Laila Ramadhani (2016) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa” bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang tahun angkatan 2014 yang telah menempuh beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan keuangan dan perbankan sehingga lebih paham mengenai kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan metode analisis regresi linier sederhana. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa.

Penelitian Muhammad Sofyan Abidin (2015) yang berjudul Dampak Kebijakan *E-Money* di Indonesia sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru bertujuan untuk mengetahui perkembangan *e-money* dan alasan Bank Indonesia menetapkan kebijakan tentang *e-money*. Penelitian kualitatif ini menyimpulkan bahwa sistem pembayaran dikeluarkan untuk mengatur jumlah uang yang beredar agar dapat dikontrol secara baik serta mencegah peredaran uang palsu yang kian marak dan dengan hadirnya *e-money* yang memiliki keuntungan dari sisi keamanan maka peredaran uang palsu dapat ditekan. Dari kebijakan sistem pembayaran baru tersebut diharapkan pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat tumbuh dengan baik dan kestabilan ekonomi dapat terjaga karena kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Alat Pembayaran Menggunakan Kartu atau APMK telah menjadi tren baru sistem pembayaran dalam masyarakat terbukti dengan terus meningkatnya pertumbuhan jumlah APMK dalam Masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Decky Hendarsyah (2016) yang berjudul Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia bertujuan untuk mengetahui secara mendalam tentang penggunaan uang elektronik dan uang virtual sebagai pengganti uang tunai di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menyimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik dan uang virtual di Indonesia semakin meningkat, ini dibuktikan makin tingginya peredaran dan transaksi uang elektronik serta makin banyaknya website-website uang virtual yang bermunculan di internet yang menawarkan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan uang virtual. Seseorang yang mempunyai mobilitas tinggi sangat membutuhkan kepraktisan dalam transaksi keuangan, uang elektronik merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh lembaga keuangan untuk membantu kepraktisan dalam bertransaksi keuangan karena tidak perlu mengeluarkan uang tunai. Uang elektronik merupakan salah satu program pemerintah Indonesia dalam mengurangi penggunaan uang tunai. Uang virtual merupakan salah satu fasilitas keuangan non tunai yang disediakan di internet, yang digunakan untuk bertransaksi keuangan lintas

negara secara *online*. Penggunaan uang elektronik dan uang virtual belum dapat sepenuhnya menggantikan peran dan kegunaan dari uang tunai di Indonesia.

Sedangkan penelitian Gilang Tri Pamungkas (2018) yang berjudul Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Penggunaan *E-Money*, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan *E-Money*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah konsumen yang melakukan pembelian di Minimarket Indomaret Kecamatan Binjai Kota sebanyak 100 responden. Instrumen pengumpulan menggunakan data primer. Data primer diperoleh dengan menggunakan angket atau kuisioner. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana, uji validitas, uji asumsi klasik, uji determinan, uji t, dengan bantuan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *e-money* dengan tingkat signifikan dari perilaku konsumen memiliki nilai 0,000 lebih besar dari 0,05 dengan nilai $t_{hitung} 7.370 > t_{tabel} 0,660$. Dari uji determinasi R^2 diketahui bahwa besar presentase pengaruh variabel Perilaku Konsumen dapat mempengaruhi Keputusan Menggunakan *E-money* sebesar 35,7% sedangkan sisanya 65,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain.

Penelitian bersama Aneke Nurdian Dwi Sari, Zaini Abdul Malik, dan Yayat Rahmat Hidayat (2020) dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) terhadap Perilaku Konsumen, bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen menurut Islam, perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah angkatan 2015 setelah menggunakan *e-money*, dan pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumen mahasiswa jurusan hukum ekonomi syariah. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi sederhana serta teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Adapun hasil penelitian ini adalah uang elektronik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen berdasarkan faktor agama.

Penelitian yang berjudul Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di Kalangan Santriwati (Studi Kasus di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Ngaliyan Semarang) oleh Wahyu Susilowati (2019), menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data wawancara dan kuisioner serta teknik analisis regresi linier sederhana. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam berbusana di kalangan santriwati.

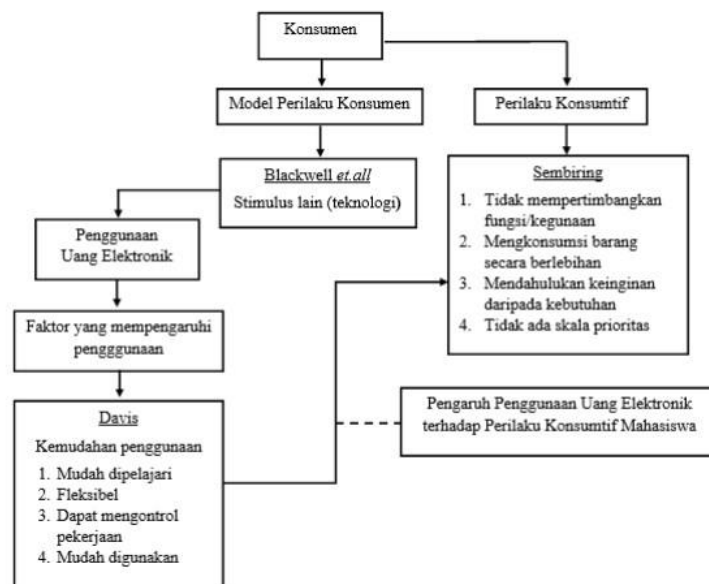
Skripsi yang berjudul Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi, Kelompok Teman Sebaya, dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa oleh Suryo Adi Prakoso (2017) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dari penelitian ini adalah pemanfaatan teknologi informasi, kelompok teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang dan secara parsial hanya status sosial ekonomi yang tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah dukungan dasar teoritis dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan masalah (Hariwijaya, 2015) dimana di dalamnya diberikan skema singkat mengenai alur penelitian yang menggambarkan proses penelitian yang dilakukan. Konsumen merupakan setiap orang yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya secara berulang. Dalam hal ini, keputusan konsumen untuk membeli dan mengonsumsi suatu barang dan jasa tersebut dapat digambarkan dalam model perilaku konsumen.

Model perilaku konsumen menjelaskan bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi konsumen untuk membeli barang atau jasa. Menurut *Blackwellet.all*.dalam Sangadji dan Sopiah(2013) menjelaskan bahwa terdapat tiga dimensi yang mempengaruhi perilaku konsumen, salah satunya adalah stimuli lain atau faktor lingkungan. Dalam stimuli lain atau faktor lingkungan tersebut terdapat teknologi yang mempengaruhi perilaku konsumen. Semakin meningkatnya kemajuan teknologi semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Peran teknologi sangat menentukan motif konsumsi yang dilakukan oleh seseorang. Salah satunya dapat membuat seorang konsumen berperilaku konsumtif. Menurut Sembiring dalam dalam Prakoso(2017) menyatakan bahwa ciri-ciri perilaku konsumtif adalah: (a) tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan, hanya mempertimbangkan *prestise* yang melekat pada barang tersebut ; (b) mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan ; (c) mendahulukan keinginan daripada kebutuhan; dan (d) tidak ada skala prioritas. Teknologi yang berkembang pesat juga mempengaruhi kemajuan dalam bidang perdagangan. Sistem pembayaran yang sering digunakan semua orang terutama kalangan menengah dan generasi milenial adalah uang elektronik. Hal ini terjadi karena kalangan tersebut senantiasa menuntut segala kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. Oleh sebab itu,terdapat faktor kemudahan yang dapat mempengaruhi seseorang memilih untuk menggunakan uang elektronik. Menurut Davis, terdapat beberapa hal yang menjadi indikator kemudahan penggunaan suatu teknologi, yaitu mudah dipelajari, fleksibel, dapat mengontrol pekerjaan, dan mudah digunakan.

Dengan menggunakan uang elektronik, melakukan segala jenis transaksi yang dapat memenuhi kebutuhan hidup akan lebih mudah dan menjadi salah satu cara mendorong seseorang menjadi konsumtif dengan mengubah pola konsumsi dan memberikan makna baru dalam berkonsumsi. Berdasar hasil kajian teori tersebut, untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi muda, maka kerangka berpikir dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang, maka hipotesis yang diajukan adalah:

- H₀: Tidak terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang
- H_a: Terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang

3. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survei. Pemilihan pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada bahwa peneliti ingin menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan apa yang ingin diketahui, yakni pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian survei, proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail. Sehingga penelitian ini akan memperoleh informasi tentang penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif sejumlah generasi muda di Kota Magelang.

Populasi dan Sampel

- a. Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah-masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti (Tarigan, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi muda Kota Magelang, dalam hal ini adalah siswa SMA/SMK dan mahasiswa dengan kisaran usia 16 – 25 tahun.
- b. Sampel adalah prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi (Tarigan, 2011). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini termasuk dalam *non probability sampling* dengan alasan bahwa teknik sampling jenis ini sesuai apabila dipilih untuk populasi yang sifatnya infinit atau besaran anggota populasinya belum atau tidak dapat ditentukan terlebih dahulu sebelumnya. Peneliti akan mengambil sampel pada orang yang kebetulan ditemuinya pada saat itu sesuai dengan kriteria populasi sebanyak 100 responden. Menurut Arikunto, apabila jumlah anggota subjek dalam populasi lebih dari 100, dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket atau kuesioner, maka penelitian dapat menggunakan minimal 100 sampel (Siregar, 2013).

Variabel Penelitian

Variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai (Sekaran, 2016). Penelitian ini menggunakan dua variabel, yakni variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

- a. Variabel Independen (Bebas); adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, entah secara positif atau negatif (Sekaran, 2016). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Penggunaan Uang Elektronik yang disimbolkan dengan huruf X.
- b. Variabel Independen (Terikat); merupakan variabel yang menjadi perhatian utama peneliti atau variabel utama yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi (Sekaran, 2016). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif yang disimbolkan dengan huruf Y.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto, metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Siregar, 2013). Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket dan studi dokumentasi dalam pengumpulan data untuk pemecahan masalah yang diteliti dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Analisis Data

a. Pengujian Instrumen Penelitian

- 1) Uji Validitas; digunakan pada kuesioner untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur pada kuesioner tersebut. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dan biasanya berupa pertanyaan/pernyataan yang ditunjukkan kepada responden (Priyatno, 2022).
- 2) Uji Reliabilitas; merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Oleh karena itu, digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner atau apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Priyatno, 2022).

b. Pengujian Asumsi Klasik

- 1) Uji Normalitas; dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak sehingga uji statistik berjenis parametrik dapat dilakukan (Siregar, 2013). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode *normal probability plots*, dengan memperhatikan titik-titik data dan garis diagonal. Apabila titik-titik mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh, maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.
- 2) Uji Homogenitas; dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui varian populasi data apakah antara dua kelompok atau lebih data memiliki varian yang sama atau berbeda (Priyatno, 2022). Dalam hal ini, pengambilan keputusan dapat dilakukan jika memenuhi kriteria nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.
- 3) Uji Linieritas; bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel terikat atau Y dan variabel bebas atau X mempunyai hubungan linier (Siregar, 2013). Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linier.

c. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif berkenaan dengan bagaimana cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan, atau menguraikan data agar mudah dipahami dengan beberapa cara yang antara lain: (a) Menentukan ukuran dari data, seperti nilai modus, rata-rata, median; (b) Menentukan ukuran variabilitas data, seperti variasi (varian), tingkat penyimpangan (deviasi standar), dan jarak (range); dan (c) Menentukan ukuran bentuk data (Siregar, 2013).

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) adalah:

$H_0 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

$H_a \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

Menurut Priyatno (2022) nilai t_{test} dapat diperoleh dengan mengkonfirmasi nilai *Sig.* (Signifikansi). Nilai *Sig.* = 0.000 berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, nilai *Sig.* \neq 0.000 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

2) Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji R^2 (*R-square*) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) bernilai antara 0–1

yang berarti bahwa semakin mendekati satu, maka semakin kuat kemampuan model menjelaskan perubahan variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2022).

3) Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh antara penggunaan *e-money* sebagai prediktor dengan variabel kriteriumnya adalah perilaku konsumtif generasi muda Kota Magelang. Alat analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan program komputer *SPSS for Windows ver. 25.0*.

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan regresi linier dan kemudian juga akan dianalisa koefisien regresinya. Besarnya sumbangan yang diberikan pada kedua variabel dapat diketahui dengan menggunakan analisa regresi, yaitu:

$$Y = a + bX + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Y : Perilaku Konsumtif

X : Penggunaan Uang Elektronik

a : bilangan konstanta persamaan regresi linier

b : koefisien regresi

e : *error*