

PENGARUH E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Layaman¹, Hafni Khairunnisa², Risa Rohayati³
IAIN Syekh Nurjati Cirebon, Indonesia¹²³

layaman72@gmail.com, hafnikhairunnisa@syekhnurjati.ac.id,
risarohayati32@gmail.com³

ABSTRAK

INFO ARTIKEL

Diterima:

15 Desember 2022

Direvisi:

20 Desember 2022

Disetujui:

25 Desember 2022

Pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitian ini faktor yang diduga mempengaruhi perilaku konsumtif adalah penggunaan e-money dan kontrol diri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 3.539 mahasiswa. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 97 mahasiswa dihitung dengan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10%. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda menggunakan spss versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-money berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, e-money berpengaruh terhadap kontrol diri, kontrol diri tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan kontrol diri mampu memediasi antara e-money dan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Kata Kunci: E-Money, Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

The influence of student consumptive behavior is influenced by several factors. In this study, the factors that are thought to influence consumptive behavior are the use of e-money and self-control. The purpose of this study was to determine the effect of e-money on consumptive behavior with self-control as an intervening variable in students of the Faculty of Sharia and Islamic Economics (FSEI) of the State Islamic Institute (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon. The subjects of this study were students of the Faculty of Sharia and Islamic Economics (FSEI) of the State Islamic Institute (IAIN) Sheikh Nurjati Cirebon. The population in this study amounted to 3,539 students. The number of samples in this study were 97 students calculated by the Slovin formula with an error rate of 10%. The data analysis method used is multiple linear regression using SPSS version 22. The

results of this study indicate that e-money has an effect on consumptive behavior, e-money has an effect on self-control, self-control has no effect on consumptive behavior and self-control is able to mediate between e-money and consumptive behavior in students of the Faculty of Sharia and Islamic Economics (FSEI). State Islamic Institute (IAIN) Sheikh Nurjati Cirebon

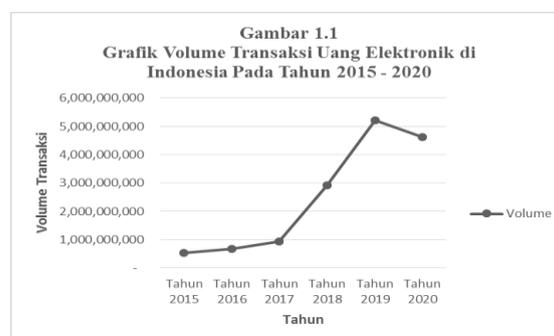
Keywords: E-Money, Self Control and Consumptive Behavior

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pertumbuhan teknologi digital yang pesat di kawasan Asia Tenggara. Kemajuan teknologi digital di Indonesia menggiring perkembangan di berbagai aspek kehidupan, seperti adanya sekolah atau kursus online, ojek online, hingga dalam sektor kegiatan ekonomi yang sebelumnya berjalan secara konvensional mulai bergeser ke arah digitalisasi. Salah satunya dalam kegiatan jual beli barang ataupun jasa. Pada zaman dahulu pembeli dan penjual harus bertemu di suatu tempat yang bernama pasar, sedangkan di zaman modern ini pasar telah hadir dalam wujud digital yang disebut dengan *e-commerce* yang ada di genggaman siapapun melalui handphone. Pembayaran dalam transaksi digital disebut *e-payment*, dengan uang digital yang disebut *e-money*, dan dompet digital yang disebut *e-wallet*. Digital payment adalah teknologi yang memberikan pandangan mengenai pembayaran non tunai yang praktis, efisien serta aman dalam transaksi melalui media digital (Puspita, 2019).

Di era digital saat ini, masyarakat dapat dengan mudah dalam bertransaksi secara non-tunai, dan kemudian muncul istilah *cashless society* (masyarakat tanpa tunai). Hadirnya uang elektronik dapat mendorong laju perekonomian Indonesia ke arah yang lebih baik. Penggunaan *e-money* mempunyai potensi dimana akan selalu ada peningkatan yang selaras dengan perkembangan teknologi saat ini, terlebih masyarakat diberikan penawaran- penawaran yang menarik dengan *cashback*, *discount* dan promosi menarik lainnya yang akhirnya menjadikan masyarakat tergiur dan terus melakukan penggunaan *e-money*. (Delin, 2018)

Perkembangan *e-money* pada kalangan remaja dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi. Konsumen memiliki akses yang luas dalam melakukan transaksi keuangan karena kemudahan dan kepraktisan dalam menggunakan *e-money* (Wulandari, 2016). Menurut data statistik (Bank Indonesia, 2021) dalam Gambar 1.1 menunjukkan volume transaksi uang elektronik pada tahun 2015 – 2020.



Sumber : Bank Indonesia, 2021 (Data Diolah)

Meskipun *e-money* telah lama hadir namun perkembangan *e-money* yang sangat pesat terjadi pada 4 tahun terakhir ini yaitu tahun 2017, 2018, 2019 dan 2020 dilihat dari Gambar 1.1 Volume transaksi uang elektronik mengalami kenaikan yang sangat pesat pada tahun 2017 kemudian mengalami kenaikan pada tahun 2018 dan terus mengalami kenaikan hingga tahun 2019 namun sedikit menurun pada tahun 2020 karena adanya Covid-19. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa hadirnya *e-money* mendorong laju perekonomian Indonesia kearah yang lebih baik. Penggunaan *e-money* mempunyai potensi dimana akan selalu ada peningkatan yang selaras dengan perkembangan teknologi saat ini, hal ini kan menimbulkan adanya perilaku konsumtif dalam segi pengeluaran mahasiswa.

Penggunaan *e-money* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional, tanpa mempertimbangkan kegunaannya, sehingga yang ditonjolkan hanya status, prestige, kekayaan, keistimewaan dan hal lain yang mencolok (Triyaningsih, 2012). Perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi atas suatu barang yang menjadi kegemaran seseorang, jika seseorang tersebut bergabung dalam komunitas penggemar, misalkan komunitas penggemar *anime*. Hal tersebut dapat menjadi media yang cukup berpengaruh bagi seseorang tersebut dalam mengapresiasi diri, termasuk dalam berperilaku konsumtif (Astuti, 2020). Untuk itu perilaku konsumtif akan mengorbankan kebutuhan dimasa depan demi penawaran diskon yang menarik di masa kini, dan dapat menjerumuskan seseorang kedalam kondisi kesehatan keuangan yang buruk. Selain itu perilaku konsumtif harus dihindari karena dapat menimbulkan masalah keuangan yang lebih mendalam di kemudian hari. Secara psikologis perilaku konsumtif menyebabkan seseorang mengalami kecemasan dan rasa tidak aman, hal ini disebabkan seseorang selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli suatu barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tersebut tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga menimbulkan rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suyasa, 2005).

Penggunaan *e-money* bisa membawa kecenderungan perilaku keuangan yang tidak baik dalam hal ini perilaku konsumtif atau biasa disebut boros. Hal ini disebabkan karena pada saat bertransaksi online, secara psikologis tidak merasa mengeluarkan uang, sehingga menimbulkan kecanduan untuk melakukan pembelanjaan secara berulang. Sebenarnya pembelanjaan berulang atau sikap boros tidak selalu memiliki pengaruh yang buruk, melainkan pembelanjaan yang loyal akan meningkatkan perekonomian khususnya jika pengguna *e-money* mengeluarkan uangnya untuk berbelanja pada produk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Sikap boros akan menjadi masalah jika seseorang tidak mampu mengelola keuangannya, seperti seseorang yang tidak memiliki uang yang cukup namun tetap gila belanja sehingga harus berhutang atau melakukan tindakan kecurangan lainnya. Hal inilah yang harus dihindari dari sikap boros tersebut. Oleh karena itu dibutuhkan kontrol diri yang kuat agar seseorang mampu mengendalikan penggunaan *e-money* yang akan menjurus kearah konsumtif (Dewi, 2021).

Kontrol diri atau *self control* adalah kemampuan dan kecakapan seseorang dalam mengendalikan tingkah laku dengan cara menekan, mengatur atau mengarahkan sesuatu keinginan dengan berbagai pertimbangan. Hal ini dilakukan agar menghindari suatu keputusan yang bertentangan dengan norma-norma yang berlaku di masyarakat. Semakin baik kontrol diri seseorang, maka semakin kuat pengendalian tingkah laku yang membawa seseorang ke dalam perilaku positif. Setiap orang memiliki suatu mekanisme yang dapat

membantu mengatur dan mengarahkan perilaku yaitu kontrol diri. Selain itu, melalui kontrol diri mahasiswa akan mampu menahan keinginan yang muncul secara berlebihan (Suminta, 2017).

Dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan e-money akan memberikan dampak positif dan negative kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu, kontrol diri diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan di masa yang akan datang.

Menurut (Ramadhani, 2016) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Sedangkan menurut (Yahya, 2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan dan uang elektronik (*e-money*) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, namun gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif. Menurut (Nisa, 2017) bahwa apabila kontrol diri meningkat maka perilaku konsumtif mahasiswa akan menurun dan dapat dikendalikan. Beberapa hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa kontrol diri atau *self control* dapat berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku keuangan seseorang (Achtziger, 2015). Seseorang yang memiliki kontrol diri yang tinggi dapat memberikan dampak positif pada perilaku menabung (Liu, 2019). Selain itu juga orang yang memiliki kontrol diri yang tinggi cenderung menghemat uang, memiliki perilaku keuangan yang lebih baik dan memiliki rasa aman terhadap situasi keuangan saat ini dan dimasa yang akan datang. Akan tetapi hasil penelitian (Ramadhani, 2019) menunjukan bahwa apabila kontrol diri seseorang meningkat, tidak serta merta berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini karena mahasiswa merupakan remaja yang belum mampu mengendalikan dirinya dengan stabil. Hasil penelitian diatas menunjukkan adanya perbedaan terhadap pengaruh kontrol diri terhadap perilaku keuangan (*e-money*), dalam hal ini berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah penelitiannya adalah masih adanya kontradiksi hasil penelitian antara *e-money* dan perilaku konsumtif. Maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap kontrol diri?
3. Apakah kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

Apakah kontrol diri mampu memediasi hubungan antara *e-money* dan perilaku konsumtif?

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening. Untuk mahasiswa yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) yang menggunakan *e-money*.

Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Responden sampel dipilih dengan melihat beberapa kriteria tertentu (*purposive sampling*) yaitu mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) yang menggunakan *e-money* saja agar penelitian tetap pada sasaran utama. Jumlah sampel yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus slovin sehingga memperoleh responden sebanyak 97 mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI).

Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer langsung diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang di isi oleh mahasiswa FSEI sebagai responden sesuai pertanyaan yang sudah disediakan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari literature-literatur, website, dan artikel atau jurnal yang telah dibuat oleh pihak ketiga yang mempunyai relevansi terhadap penelitian ini.

Analisis Data

Metode dasar yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel *intervening*. Untuk menganalisis pengaruh *e-money* terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel *intervening* menggunakan analisis statistic dengan menggunakan *statistical software* IBM SPSS versi 22 untuk mempermudah perhitungan dan analisis. Metode yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dan *path analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pertama

Persamaan regresi yang pertama, pada penelitian dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a_1 + cX$$

$$Y = 19,302 + 0,248X$$

Nilai konstanta dari persamaan tersebut adalah 19.302 artinya tidak terjadi perubahan mengenai *E-Money* (X) dan Kontrol Diri (M) pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) maka Perilaku Konsumtif adalah tetap 19,302. Koefisien regresi variabel *e-money* adalah 0,248 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel *E-Money* (X) dan Kontrol Diri (M) memiliki hubungan yang searah. Apabila ada peningkatan skala *E-Money* (X) pada responden maka akan cenderung terjadi peningkatan. Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kedua

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4. Diatas dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda penelitian ini sebagai berikut:

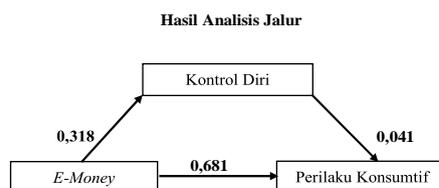
$$Y = a_3 + cX + bM$$

$$Y = -4,640 + 1,194X + 0,092 M$$

Nilai konstanta dari persamaan tersebut adalah -4,640 artinya tidak terjadi perubahan mengenai *E-Money* (X) dan Kontrol Diri (M) pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) maka Perilaku Konsumtif adalah tetap -4,640. Koefisien regresi *E-Money* adalah 1.194 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel *E-Money* (X) dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki hubungan yang searah. Apabila ada peningkatan skala *E-Money* (X) pada responden maka akan cenderung terjadi peningkatan Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap. Koefisien regresi Kontrol Diri adalah 0,092 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri (M) dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki hubungan yang searah. Apabila ada peningkatan skala Kontrol Diri (M) pada responden maka akan cenderung terjadi peningkatan Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap.

Path Analysis (Analisis Jalur)

Untuk menguji pengaruh variabel intervening sebagai variabel yang memediasi antara variabel dependen dan independen maka digunakan metode analisis jalur (path analisi). Analisis jalur ini adalah perluasan dari analisis regresi berganda digunakan untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (*model casual*) berdasarkan pada teori yang sudah ditetapkan sebelumnya (Ghozali, 2018).



Variabel	p1 (X-Y)	p2 (X-M)	p3 (M-Y)	SP2	SP3
<i>E-Money</i>	0,681	0,318	0,041	0,076	0,137

Berdasarkan gambar diatas, dapat kita ketahui terkait adanya pengaruh langsung maupun tidak langsung, pengaruh total maupun pengaruh mediasi yang dilihat dengan menggunakan *Sobel Test* sebagai berikut:

Pengaruh langsung

Dapat diketahui pengaruh langsung dari variabel *e-money* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) nilai koefisiennya adalah sebesar 0,681.

Pengaruh tidak langsung

Pengaruh tidak langsung variabel *e-money* (X) terhadap variabel perilaku konsumtif melalui kontrol diri (M) dapat diketahui hasilnya sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh tidak langsung} = p2 \times p3$$

$$= 0,318 \times 0,041$$

$$= 0,013$$

Maka dapat diketahui bahwa pengaruh secara tidak langsung antar variabel *e-money* (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) adalah sebesar 0,013.

Pengaruh total

Pengaruh total dari variabel *e-money* (X) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) melalui variabel kontrol diri (M) adalah sebagai berikut:

Pengaruh total = pengaruh langsung + pengaruh total

$$= 0,681 + 0,013$$

$$= 0,694$$

Pengaruh tingkat mediasi yang dihitung dengan menggunakan Sobel Test

Untuk mengetahui adanya tingkat mediasi pada kontrol diri (M) dari variabel *e-money* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y), maka diketahui bahwa sp_{2p3} adalah sebagai berikut:

$$Sp_{2p3} = \frac{p_3^2 sp_{2^2} + p_2^2 sp_{3^2} + sp_{2^2} sp_{3^2}}{0,0017 \times 0,0058 + 0,1011 \times 0,0188 + (0,0058 \times 0,0187)}$$

$$Sp_{2p3} = \frac{0,0000099 + 0,0019007 + 0,0001085}{0,0020191}$$

$$Sp_{2p3} = 0,0449$$

Dilihat dari perhitungan diatas, maka diperoleh nilai Sp_{2p3} yaitu sebesar 0,0449. Hasil tersebut dapat digunakan untuk menghitung pengaruh mediasi nilai t statistik sebagai berikut:

Dengan melihat hasil t_{hitung} diatas sebesar 15,456 dimana hasil tersebut dari t_{tabel} 1,661 yaitu dengan tingkat signifikansinya 0,1 atau 10%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri mampu memediasi antara variabel *e-money* dan perilaku konsumtif.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil analisis nilai F_{hitung} (43,838) dan F_{tabel} (2,36) maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 0,000 atau Sig. $t_{hitung} < 0,1$ H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *E-Money* dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Hipotesis 1, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel *E-Money* t_{hitung} sebesar 3,264 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi

0,002 > 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel *E-Money* secara parsial mempengaruhi variabel Kontrol Diri.

Hipotesis 2, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel *E-Money* t_{hitung} sebesar 8,699 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel *E-Money* secara parsial mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

Hipotesis 3, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ untuk variabel Kontrol Diri t_{hitung} sebesar 0,522 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi $0,603 > 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel Kontrol Diri secara parsial tidak mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh besarnya koefisien determinasi berdasarkan pada nilai *Adjusted R Square* yang dapat dilihat pada tabel diatas sebesar 0,472 artinya *E-Money*, Kontrol Diri menentukan Perilaku Konsumtif mencapai 47,2% ($0,472 \times 100\%$) dan sisanya ($100\% - 47,2\% = 52,8\%$) ditentukan oleh variabel lain di luar model penelitian. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon. Untuk itu perlu adanya pengembangan penelitian lebih lanjut, terkait dengan topik pada penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *E-Money* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI). Dibuktikan dengan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh regresi koefisien *E-Money* (X) sebesar 1,194. Nilai koefisiensi tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel *E-Money* (X) mengalami peningkatan maka Perilaku Konsumtif (Y) pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) akan meningkat.

Hasil perhitungan IBM SPSS versi 22 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel *E-Money* t_{hitung} sebesar 8,699 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel *E-Money* secara parsial mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) karena salah satu indikator mahasiswa tersebut melakukan perilaku konsumtif salah satunya adalah dari segi penggunaan *e-money*. Semakin tinggi penggunaan *e-money* maka akan semakin tinggi juga mahasiswa tersebut berperilaku konsumtif.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Jati, 2015) kehadiran uang elektronik menjadi salah satu cara untuk mendorong mahasiswa menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sentuhan teknologi dalam berkonsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam

berkonsumsi. Menurut (Ramadhani, 2016) bahwa terdapat pengaruh positif antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa yang semakin tinggi penggunaan uang elektronik maka semakin tinggi pula pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini pula sejalan dengan (Sari, 2020) yang menyatakan bahwa *e-money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh *E-Money* terhadap Kontrol Diri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *E-Money* (X) berpengaruh terhadap Kontrol Diri pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI). Dibuktikan dari hasil regresi linear berganda diperoleh nilai regresi linear koefisien *E-Money* sebesar 0,248. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Kontrol Diri (M) mengalami peningkatan maka Perilaku Konsumtif (Y) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) akan meningkat.

Hasil perhitungan IBM SPSS versi 22 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk variabel *E-Money* t_{hitung} sebesar 3,264 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi 0,002 < 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel *E-Money* secara parsial mempengaruhi variabel Kontrol Diri.

Hal ini menunjukkan bahwa *E-Money* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kontrol diri mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) dikarenakan semakin mudah transaksi *e-money* maka dapat memengaruhi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, maka perlu adanya kontrol diri agar terhindar dari perilaku konsumtif tersebut.

Menurut (Runnemark, 2015) Individu akan cenderung menghabiskan uang lebih banyak jika bertransaksi menggunakan *e-money* dibanding dengan uang cash. Oleh karena itu, pengeluaran dengan uang *cash* dapat lebih terkontrol daripada menggunakan *e-money*. Hal ini dapat menyebabkan individu memilih untuk menggunakan uang cash dalam mengontrol pengeluaran. *E-Money* dianggap dapat meningkatkan resiko hilang kontrol dalam mengeluarkan uang serta menyebabkan *impulsive buying*. Sedangkan menurut (Munandar, 2001) Kontrol diri merupakan kemampuan seseorang untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku dalam melakukan pembelian. Dengan adanya kemudahan penggunaan *e-money* dapat mempengaruhi sikap konsumtif seseorang, sehingga perlu adanya kontrol diri dalam melakukan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan agar seseorang itu terhindar dari perilaku konsumtif.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kontrol Diri (M) tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI). Dibuktikan dari hasil regresi linear berganda diperoleh nilai regresi linear koefisien Kontrol Diri (M) sebesar 0,092. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel Kontrol Diri (X_2) mengalami peningkatan maka Perilaku Konsumtif (Y) pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) akan menurun.

Hasil perhitungan IBM SPSS versi 22 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ untuk variabel Kontrol Diri t_{hitung} sebesar 0,522 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dan nilai signifikansi 0,603 > 0,1 maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel Kontrol Diri secara parsial tidak mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

Hal ini menunjukkan bahwa kontrol diri tidak memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) dikarenakan mahasiswa masih dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat mempengaruhi mahasiswa melakukan perilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa tidak dapat mengontrol diri sehingga melakukan perilaku konsumtif adalah harga murah atau diskon. Diskon menjadi daya tarik mahasiswa untuk membeli suatu barang ataupun jasa, walaupun sebenarnya harga sudah di *markup*, tetapi mahasiswa masih tertarik dengan adanya diskon tersebut. Mahasiswa juga terkadang tidak terlalu membutuhkan barang tersebut, tetapi karena adanya diskon sehingga mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya sendiri. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rahayu, 2019) bahwa penawaran diskon dan harga murah dapat meningkatkan minat beli konsumen sehingga konsumen berkeinginan melakukan transaksi terhadap produk tersebut. Mahasiswa sering kali dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik mahasiswa yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi serta belum mampu mengontrol emosinya dengan baik sehingga mendorong munculnya perilaku konsumtif yang tidak wajar seperti membeli suatu barang bukan atas dasar kebutuhan (Zebua & Nurdjayadi, 2001).

Pengaruh *E-Money*, terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

Dari hasil pengujian *Path Analysis* menggunakan *Sobel test*, $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk t_{hitung} sebesar 15,456 sedangkan t_{hitung} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,1 atau 10%. Maka disimpulkan bahwa variabel kontrol diri mampu memediasi antara pengaruh *e-money* dan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Dewi, 2021) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kontrol diri mampu memediasi antara *e-money* dengan perilaku konsumtif, dengan demikian mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan *e-money* hanya sebatas kebutuhan saja seperti pembayaran kuliah dan membeli kebutuhan primer lainnya. Secara umum, seseorang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak berperilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *E-Money* menunjukkan bahwa t_{hitung} 8,699 sebesar t_{tabel} 1,661 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dapat dikatakan *E-Money* secara parsial dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif.
2. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel *E-Money* menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,264 t_{tabel} 1,661 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat dikatakan *E-Money* dapat mempengaruhi Kontrol Diri.
3. Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Kontrol Diri t_{hitung} sebesar 0,522 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 yang artinya $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ dapat dikatakan Kontrol Diri secara parsial tidak mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif.

4. Hasil pengujian *Path Analysis* menggunakan *Sobel test*, $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk t_{hitung} sebesar 15,456 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,1 atau 10%. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri mampu memediasi antara pengaruh *e- money* dan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

BIBLIOGRAPHY

- Abidin, M. S. (2015). *Dampak Kebijakan E-Money Di Indonesia Sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru*. Jurnal Akuntansi UNESA, 3(2), 1–21.
- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Raab, G., & Reisch, L. (2015). Debt out of control: The links between self-control, compulsive buying, and real debts. *Journal of Economic Psychology*, 49, 141-149.
- Anjani, P. S., & Astiti, D. P. (2020). Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1, 144-155.
- Astidewi, K. (2018). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Penggunaan Paket Kuota Internet (Studi pada Siswa SMAN 5 Samarinda). *PSIKOBORNEO*, 6(1), 126– 135.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG DIMEDIASI KONTROL DIRI. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(1), 1-19.
- Fatmasari, D., & Wulandari, S. (2016). Analisis faktor faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 93-103.
- Febriilia, I., Pratiwi, S. P., & Djatikusumo, I. (2020). Minat Penggunaan Cashless Payment System–Dompot Digital Pada Mahasiswa Di FE UNJ. *JRMSIJurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(1), 1-19.
- Ghozali, Imam. (2018). No Title. In Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Cetakan 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. N., & Rini Risnawita, S. (2010). Teori-Teori Psikologi, yogyakarta. *Ar-Ruzz Media*.
- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2017). Hubungan Antara Kepercayaan Epistemologis dengan Belajar Berdasar Regulasi Diri. *Jurnal Psikologi Insight*, 1(1), 40-54.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 2936.
- Haryani, I. dan J. Herwanto. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau* 11(1): 5–11.
- Jati, W. R. (2015). Less cash society: Menakar mode konsumerisme baru kelas menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 102-112.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020, January). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. In Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset dan Inovasi Teknologi), 4(1), 64-69.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1

- Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 6171.
- Liu, F., Yilmazer, T., Loibl, C., & Montalto, C. (2019). Professional financial advice, self-control and saving behavior. *International journal of consumer studies*, 43(1), 23-34.
- Mowen. J. C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, Jilid 1 , Jakarta: PT Penerbit Erlangga.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Nisa, C. L. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang).
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121-128.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM BALITAR*, 12(2), 43-51.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 8(1), 1-8.
- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara).
- Rohman, A. A., & Widjaja, S. U. M. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 107–117.
- Runnemark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). Do consumers pay more using debit cards than cash? *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 285–291.
- Sari, R. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Di Samarinda. *PSIKOBORNEO*, 7(2), 165–179.
- Sari, A. N. D., Malik, Z. A., & Hidayat, Y. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (*E-Money*) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah ISSN*, 6(1), 1-4.
- Subaidi, S. M. (2019). Kebutuhan Manusia dalam Pemikiran Abraham Maslow. *Al-Mazahib*, 7(1), 17–33.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Susanti, S. (2016). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak. 1–13.
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember 7(2) 172-199.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 9(4), 271-279.

- Usman, R. (2017). *Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran*. *Yuridika*, 32(1), 134–165.
- Triyaningsih, S. L. (2012). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11(2), 172-177.
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37-50.
- Zebua, A.S, Nurdjayadi, R.D. (2001). Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan: Phronesis*, 3(6), 72-82

Pemegang Hak Cipta:
Layaman, Hafni Khairunnisa , Risa Rohayati (2022)

Hak publikasi pertama:
Hawalah : Kajian Ilmu Ekonomi Syariah



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)