



**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL,
LAYANAN PAYLATER, DAN MENTAL ACCOUNTING TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1
pada Program Studi Akuntansi*

Diajukan Oleh :

REVI YULI MARISKA

NIM : 20104715

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

2024

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**


**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL,
LAYANAN PAYLATER, DAN MENTAL ACCOUNTING TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**

NAMA : REVI YULI MARISKA
NIM : 20104715
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI
MATA KULIAH DASAR : AKUNTANSI KEPERILAKUAN

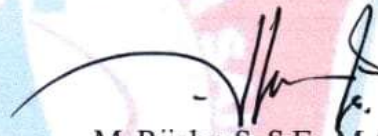
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing Utama,

Dosen Pembimbing Asisten,



Dr. Agustin HP, M.M
NIDN. 0717086201



M. Rijalus S, S.E., M.Ak
NIDN. 0712119101

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala

Kaprodi Akuntansi
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Dr. Muhammad Firdaus, M.M., M.P
NIDN. 0008077101



Kartika Sari, S.E., M.M
NIDN. 0714088901

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL,
LAYANAN *PAYLATER*, DAN *MENTAL ACCOUNTING* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi pada :

Hari/Tanggal : Rabu, 10 Juli 2024
Jam : 11.00 – 12.30 WIB
Tempat : Ruang Sidang ITS Mandala

Disetujui oleh Tim Penguji :

Dr. Suwignyo Widagdo, S.E, M.M, M.P :

Ketua Penguji

Dr. Lia Rachmawati, S.E, M.Ak :

Sekretaris Penguji

Dr. Agustin HP, M.M :

Anggota Penguji

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Dr. Muhammad Firdaus, M.M., M.P
NIDN. 0008077101

Korodi Akuntansi
Institut Teknologi dan Sains Mandala



Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M
NIDN. 0714088901

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Revi Yuli Mariska
NIM : 20104715
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah Dasar : Akuntansi Keperilakuan
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH LITERASI EKONOMI,
LAYANAN DOMPET DIGITAL, LAYANAN
PAYLATER, DAN MENTAL ACCOUNTING
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI
KABUPATEN JEMBER**

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari Skripsi ini terbukti hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya siap menanggung risiko dibatalkannya karya ilmiah yang telah saya buat dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 09 Juli 2024

Yang menyatakan,



Revi Yuli Mariska

NIM : 20104715

MOTTO

“Pendidikan adalah Ornamen dalam kemakmuran dan tempat berlindung dalam kesulitan.”

(Filsuf Yunani - Aristoteles)

“Bangunlah pagi hari untuk mencari rezeki dan kebutuhan – kebutuhanmu.

Sesungguhnya pada pagi hari terdapat barokah dan keberuntungan.”

(HR. At-Thabarani dan Al-Bazzar)

“Orang Tinggi itu tidak perlu mengakui bahwa dirinya tinggi dan Orang Besar tidak akan mengakui bahwa dirinya Besar”

(Penulis)

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental accounting* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember” ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana S1 Ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari kesalahan serta kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Terdapat banyak pihak yang memberikan bimbingan, bantuan moral maupun material serta dukungan. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Suwigyo Widagdo, S.E., M.M., M.P. selaku Rektor Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
2. Ibu Dr. Lia Rachmawati, S.E., M.Ak selaku wakil Rektor 3 Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember yang selalu membimbing dan memberi nasihat selama kuliah.
3. Bapak Dr. Muhammad Firdaus, S.P., M.M., M.P, CiQAR selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
4. Ibu Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Akuntansi di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember

5. Ibu Dr. Agustin HP, M.M selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah membimbing, mengarahkan, dan mendukung proses penyusunan tugas akhir.
6. Bapak M. Rijalus S. S.E., M.Ak selaku Dosen Pembimbing Asisten yang telah membimbing, mengarahkan, dan mendukung proses penyusunan tugas akhir.
7. Segenap dosen, civitas akademika, dan karyawan Institut Teknologi dan Sains Mandala yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan bantuannya selama penulis menuntut ilmu di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
8. Pemerintah RI yang telah memberikan beasiswa KIP-Kuliah kepada penulis, sehingga penulis bisa melanjutkan Pendidikan jenjang Sarjana di ITS Mandala.
9. Kedua orangtua, terimakasih atas segala nasihat, curahan kasih sayang, semangat dan doa yang tiada henti untuk mengiringi di setiap langkah.
10. Kakak Kandung Penulis Alm. Raju Cahya Prasetyo Budi telah menjaga dan mendidik penulis sampai bisa melangkah sejauh ini.
11. Bapak Karim, Bapak Handoko Triharso, Bapak Kukuh, dan Bapak Budi Sumaryono, A.Md selaku pengurus perpustakaan yang telah memberikan penulis tempat dan fasilitas belajar selama 4 tahun di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
12. Seluruh organisasi yang menjadi tempat penulis berproses selama perkuliahan HMJ-Akuntansi, UA Pegiat Literasi Perpustakaan, UA Lembaga Pers Mahasiswa Investasi, UA Formasi, UA Kelompok Studi Pasar Modal.
13. Teman-teman seperjuangan di Institut Teknologi dan Sains Mandala yang telah memberikan dukungan dan bantuannya, semoga kita selalu sukses dimasa sekarang maupun dimasa depan.

Demikian yang dapat disampaikan, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penusunan skripsi dan jauh dari kata sempurna sehingga diharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini. Sekian dari penulis semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca.

Jember, 26 Juni 2024

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Mental Accounting terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Populasi dalam penelitian ini yaitu Seluruh Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan Teknik Pengambilan Sampel yaitu Purposive Sampling dengan menggunakan Rumus Slovin dalam Penentuan Jumlah Sampel yang akan diteliti. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu 97 Responden dari 3.146 Total Populasi. Metode Analisis Data dalam Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 27. Hasil Penelitian ini yaitu menunjukkan bahwa secara Parsial Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), dan Mental Accounting (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Sedangkan Variabel Layanan Paylater (X3) secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Secara Simultan Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan Paylater (X3), dan Mental Accounting (X4) Berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Kata Kunci : Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, Mental Accounting, Perilaku Konsumtif.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Pembatasan Masalah	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Perilaku Konsumtif	20
2.2.2 Literasi Ekonomi.....	21
2.2.3 Layanan Dompot Digital.....	23
2.2.4 Layanan <i>Paylater</i>	24
2.2.5 <i>Mental Accounting</i>	26
2.3 Kerangka Konseptual	27

2.4	Hipotesis	27
BAB III		25
METODE PENELITIAN.....		25
3.1	Obyek Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel	25
3.3	Jenis Penelitian	27
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian	28
3.5	Definisi Operasional Variabel	28
3.6	Metode Pengumpulan Data	30
3.7	Metode Analisis Data	31
3.7.1	Uji Instrumen	32
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3	Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.7.4	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	35
3.7.5	Uji Hipotesis	37
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Deskripsi dan Gambaran Umum Responden	39
4.1.1	Deskripsi Responden.....	39
4.1.2	Gambaran Umum Tanggapan Responden	43
4.2	Analisis Hasil Penelitian	51
4.2.1	Uji Instrumen	51
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	54

4.2.3	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.2.4	Uji Koefisien Determinasi	60
4.2.5	Uji Hipotesis	61
4.3	Interpretasi	63
4.3.1	Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif.....	63
4.3.2	Pengaruh Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif..	63
4.3.3	Pengaruh Layanan <i>Paylater</i> terhadap Perilaku Konsumtif.....	64
4.3.4	Pengaruh <i>Mental Accounting</i> terhadap Perilaku Konsumtif.....	67
4.3.5	Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan <i>Paylater</i> , dan <i>Mental Accounting</i> terhadap Perilaku Konsumtif	68
BAB V.....		70
PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Implikasi	72
5.3	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA		78
LAMPIRAN – LAMPIRAN		80
<i>LAMPIRAN 1</i>		81
<i>LAMPIRAN 2</i>		88
<i>LAMPIRAN 3</i>		99

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan konsumsi tidak akan pernah bisa lepas dari kehidupan manusia, dengan perkembangan teknologi yang canggih mempermudah mahasiswa untuk membeli sesuatu dengan mudah dan modernisasi yang mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Konsumsi adalah suatu penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia (Sukwiyat dkk, 2006:28). Dalam tradisi lama, konsumsi lebih bersifat fungsional, diarahkan untuk memenuhi kebutuhan primer dan mendukung kelangsungan hidup. Namun, dengan berkembangnya kemajuan sosial dan ekonomi, konsumsi telah melampaui batas fungsionalnya. Ia menjadi suatu bentuk ekspresi identitas, status sosial, dan gaya hidup. Masyarakat modern tidak hanya membeli produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan fungsional, melainkan juga sebagai sarana untuk mengekspresikan siapa mereka dan apa yang mereka nilai. Pergeseran ini semakin terlihat dalam perilaku konsumtif, di mana individu tidak hanya sekadar membeli barang atau jasa, tetapi mereka melakukan pembelian sebagai bagian integral dari identitas dan kepuasan psikologis mereka. Fenomena ini terutama terlihat di kalangan mahasiswa, di mana konsumsi bukan hanya mengenai kebutuhan primer, tetapi juga menjadi suatu bentuk afirmasi diri dan pencarian kebahagiaan.

Menurut Dikria dan Mintarti (2016:147), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana. Tidak terencananya pembelian barang

atau jasa diakibatkan karena tidak membuat anggaran belanja yang didasarkan pada skala prioritasnya. Sedangkan menurut Kanserina (2015), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, yang berarti belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Sehingga, Perilaku konsumtif menjadi perhatian utama dalam mengkaji dinamika keuangan dan kehidupan mahasiswa di era globalisasi dan kemajuan teknologi. Fenomena ini mencerminkan transformasi konsep konsumsi dari sekadar pemenuhan kebutuhan fungsional menjadi ekspresi identitas, status sosial, dan gaya hidup. Secara umum, mahasiswa sebagai anggota masyarakat juga terlibat dalam perubahan paradigma konsumsi ini, yang kini menjadi semakin kompleks. Globalisasi memberikan dampak signifikan pada perilaku konsumtif melalui arus informasi yang cepat dan merata. Mahasiswa, sebagai bagian integral dari masyarakat, terpapar pada tren dan produk dari berbagai belahan dunia. Perubahan dalam paradigma konsumsi ini bukan hanya mengenai memenuhi kebutuhan primer, tetapi juga merupakan bentuk ekspresi diri dan pencarian kepuasan psikologis. Oleh karena itu, konsumsi tidak hanya diidentifikasi sebagai aktifitas fungsional, melainkan juga sebagai cara untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai personal. Di tengah arus perubahan ini, kemajuan teknologi dan layanan keuangan digital, seperti dompet digital dan *Paylater*, memberikan dimensi baru pada perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut *The Economic Times* yang dikutip dari wartaekonomi.co.id (Fikri, 2021), dompet

digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi dengan hal tersebut pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang daring, maupun pembelian tiket penerbangan. Sedangkan arti *Paylater* menurut Yusri (2021), *Paylater* adalah layanan pinjaman online tanpa kartu yang memungkinkan konsumen untuk membayar transaksi produk, baik barang atau jasa, dalam satu waktu atau dicicil. Kelebihan dalam hal kemudahan transaksi dan akses instan terhadap layanan keuangan telah mengubah cara mahasiswa mengelola keuangan mereka. Banyak pertanyaan muncul seputar apakah kemudahan ini mendukung pengelolaan keuangan yang bijak atau justru memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Dalam konteks ini, literasi ekonomi menjadi pondasi yang krusial. Menurut Sina (2012:135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Mahasiswa, terutama di Program Studi akuntansi, diharapkan memiliki tingkat literasi ekonomi yang tinggi. Namun, tingkat literasi ini tidak selalu secara otomatis menghasilkan perilaku konsumtif yang bijak. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman lebih lanjut untuk mengeksplorasi sejauh mana literasi ekonomi mahasiswa dapat memengaruhi pengelolaan keuangan pribadi mereka. Konsep *Mental Accounting*, yaitu cara individu mengelola dan mengalokasikan sumber daya finansial mereka, juga menjadi elemen penting dalam memahami perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Zasiroh (2023), Mahasiswa yang telah menerapkan *Mental Accounting* dengan baik seperti selalu mencatat dan mengklasifikasikan serta mengevaluasi keuangan yang dimiliki membuat mereka akan lebih cenderung mengelola keuangan yang baik dan

sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan memiliki hubungan yang positif. Bagaimana mahasiswa menyusun "kotak pikiran" mereka terhadap pengeluaran sehari-hari dapat membentuk keputusan konsumtif. Pertanyaan mendasar melibatkan apakah mereka mampu mengelola *Mental Accounting* mereka secara efektif ataukah terdapat kecenderungan untuk mengabaikan kategori – kategori tertentu dalam alokasi anggaran. Hal tersebut juga akan berdampak pada perekonomian negara yang setiap tahunnya mengalami naik turun. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran per kapita penduduk Indonesia pada Maret 2023 adalah Rp1.451.870/kapita perbulan, meningkat 9,35% dibanding Maret tahun lalu. Angka tersebut mencakup total pengeluaran untuk konsumsi makanan dan bukan makanan, serta rata-rata gabungan pengeluaran penduduk perdesaan dan perkotaan.

Tabel 1.1
Pengeluaran Per Kapita Penduduk Provinsi Jawa Timur dan Kabupaten Jember

(Dalam Ribu Rupiah/Orang/Tahun)

Keterangan	Rata – rata Pengeluaran Per Kapita yang disesuaikan	
	2022	2023
Jawa Timur	11992	12421
Jember	9840	10277

(Sumber : Survei BPS Indonesia Tahun 2023)

Tingkat konsumsi penduduk Indonesia menurut BPS memperkirakan, rata-rata pengeluaran per kapita nasional pada Maret 2023 meningkat karena berbagai faktor, mulai dari inflasi, peningkatan pertumbuhan ekonomi, serta turunnya tingkat pengangguran terbuka. BPS juga menyebut, naiknya rata-rata pengeluaran ini menunjukkan dampak dari program perlindungan sosial pemerintah, baik dalam bentuk bantuan sosial ataupun subsidi, yang telah membantu meningkatkan

pengeluaran kelompok masyarakat ekonomi rentan. "Penting untuk diingat bahwa kenaikan pengeluaran per kapita bukan hanya tentang jumlah uang yang dihabiskan, tetapi juga mengenai kemampuan individu dan rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, termasuk makanan, perumahan, pendidikan, dan layanan kesehatan," kata BPS dalam laporannya (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Peningkatan ini mungkin mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat, seperti peningkatan permintaan atas barang dan jasa non-pangan, termasuk hiburan, teknologi, dan gaya hidup. Pembahasan tersebut dapat disambungkan dengan menganalisis tentang Perilaku Konsumtif Mahasiswa sekarang, mengingat mahasiswa seringkali menjadi kelompok yang mencerminkan tren dan perubahan dalam masyarakat. Dalam lingkungan Perguruan Tinggi yang dinamis, mahasiswa sering kali terpapar pada tekanan untuk mengikuti tren dan gaya konsumtif lainnya. Media sosial menjadi saluran utama di mana tren hidup dipertontonkan, menciptakan dorongan tambahan untuk mengadopsi perilaku konsumtif sebagai bagian dari identitas mahasiswa. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap literasi ekonomi, layanan dompet digital, layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih holistik tentang dinamika perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat dihasilkan rekomendasi kebijakan dan strategi pendidikan yang lebih efektif dalam mengelola perilaku konsumtif mahasiswa di tengah kompleksitas dunia ekonomi dan digital saat ini. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, tetapi juga memberikan

landasan bagi pengembangan langkah – langkah konkret untuk membimbing mereka menuju pengelolaan keuangan yang lebih cerdas dan berkelanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, rumusan permasalahan yang dapat disusun yaitu :

1. Adakah Pengaruh secara Parsial Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?
2. Adakah Pengaruh secara Parsial Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?
3. Adakah Pengaruh secara Parsial Layanan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?
4. Adakah Pengaruh secara Parsial *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?
5. Adakah Pengaruh secara Simultan Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, maka dapat dikemukakan bahwa tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh secara Parsial Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember
2. Untuk Mengetahui Pengaruh secara Parsial Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember
3. Untuk Mengetahui Pengaruh secara Parsial Layanan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember
4. Untuk Mengetahui Pengaruh secara Parsial *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember
5. Untuk Mengetahui Pengaruh secara Simultan Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, sebagai berikut :

1. Bagi pihak yang berkepentingan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam terkait faktor-faktor seperti literasi ekonomi, layanan dompet digital, layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Informasi ini dapat membantu pihak-pihak terkait dalam merancang strategi pendekatan atau program untuk meningkatkan pengelolaan keuangan mahasiswa secara bijaksana.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat menjadi landasan bagi pemerintah dan Perguruan Tinggi untuk mengembangkan kebijakan dan program yang mendukung peningkatan literasi ekonomi mahasiswa. Informasi mengenai pengaruh layanan dompet digital, layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* dapat menjadi dasar untuk pengembangan strategi pendidikan dan pelayanan yang lebih baik di tingkat institusi.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi berharga pada literatur akademis, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara literasi ekonomi, layanan dompet digital, layanan *paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dan memperkaya pengetahuan akademis di bidang perilaku konsumtif.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, peningkatan keterampilan riset dan analisis data. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi pengetahuan pribadi peneliti dan membantu dalam pengembangan karier akademis atau profesional di masa depan. Selain itu, peneliti dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai basis untuk penelitian lanjutan atau sebagai referensi dalam mendukung pengembangan pengetahuan di bidang terkait.

1.5 Pembatasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan penelitian, maka batasan dari penelitian ini adalah

1. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Berdasarkan data dari Website PDDikti terdapat 6 Perguruan Tinggi yang memiliki Program Studi Akuntansi, yaitu sebagai berikut : Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember, Politeknik Negeri Jember, Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember, dan Institut Teknologi dan Sains Mandala.
2. Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang diteliti dalam Penelitian ini, yaitu :
 - a. Mahasiswa Aktif pada Prodi Akuntansi
 - b. Mahasiswa Program Studi Diploma (D4) atau Sarjana (S1)
3. Penelitian ini dilakukan pada Maret – Mei 2024

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa Hasil Penelitian Terdahulu yang dapat menjadi pendukung Penelitian ini yaitu :

1. Penelitian yang dilakukan Zasiroh (2023), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan dompet digital dan layanan *paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, *Mental Accounting* memperlemah hubungan layanan dompet digital dan layanan *paylater*.
2. Penelitian yang dilakukan Wijayanti, dkk (2023), Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya hidup memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional. Hal ini dapat dilihat berdasarkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Sedangkan penggunaan dompet digital tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional. Terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional dengan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $130.639 > 3.13$.
3. Penelitian yang dilakukan Hastari (2023), Hasil Penelitian ini yaitu bahwa *mental accounting* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan pengendalian diri memperlemah pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

4. Penelitian yang dilakukan Yusri (2021), Hasil penelitian ini yaitu kaum milenial telah memahami *Paylater* dan mendapatkan informasi tentang *Paylater* dari aplikasi e-commerce yang diunduh dan dari rekomendasi teman. Informan menggunakannya saat sangat membutuhkan sesuatu, sedang tidak ada uang dan ada yang memakainya karena mengejar diskon atau promo.
5. Penelitian yang dilakukan Fikri (2021), Dari hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh penggunaan ShopeePay dan *Paylater* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,678 dalam skala hubungan yang cukup berarti. Kemudian hasil uji determinasi didapati bahwa penggunaan ShopeePay berpengaruh sebesar 46% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU. Berdasarkan data hasil penelitian sebanyak 49 responden sudah menggunakan lebih dari 9 bulan dan sejak April 2020 – Maret 2021 sudah menggunakan dalam bertransaksi lebih dari 9 kali. Kemudian juga responden menggunakan ShopeePay agar mendapatkan gratis ongkos kirim, cashback atau pun diskon ketika bertransaksi menggunakan ShopeePay.
6. Penelitian yang dilakukan Insani dan Johan (2020), Kesimpulan penelitian ini bahwa penggunaan Dompot Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki korelasi yang rendah dengan kontribusi variabel penggunaan uang elektronik sebesar 10,56% terhadap variabel

perilaku konsumtif mahasiswa dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Mubarakah dan Rita (2020), Hasil Penelitian ini yaitu menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, *mental accounting* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan gender memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif.
8. Penelitian yang dilakukan Jannah (2019), Hasil Penelitian ini yaitu menunjukkan (1) literasi ekonomi (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA sebesar 0,358, (2) gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA sebesar 0,000, (3) literasi ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,002.
9. Penelitian yang dilakukan oleh Almas (2019), Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 17,881 - 0,398 X1 - 0,191 X2 + 0,166 X3 + 0,378 X4$. Ada pengaruh financial literacy, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 71,4%, secara parsial financial literacy berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 47,6%, pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 27,2%, teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa

sebesar 14,4% dan kondisi social ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 20,1%

10. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2019), Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, (2) Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan (3) Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.
11. Penelitian yang dilakukan Pulungan dan Febriaty (2018), Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen konsumtif di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan koefisien determinasi sebesar 49,20 persen.
12. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, dkk (2017), Hasil penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut : Pertama, penggunaan e-money berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan agar para mahasiswa meningkatkan kontrol diri dalam mengimbangi penggunaan e-money, sehingga e-money bisa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu mampu mempermudah transaksi

mahasiswa, dan menghindari sisi buruknya. Kedua, dengan adanya kontrol diri, mahasiswa sebagai pengguna e-money juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Ketiga, kontrol diri mampu memediasi antara e-money dengan perilaku konsumtif dengan demikian jika mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi, maka penggunaan e-money dapat menekan atau mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dalam artian, mahasiswa menggunakan e-money hanya sebatas kebutuhan saja, misalkan untuk pembayaran kuliah atau membeli kebutuhan primer lainnya.

13. Penelitian yang dilakukan Kanserina (2015), Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi (X1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar - 2,470, (2) gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi Ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Variabel yang digunakan (bila ada)	Metode yang digunakan (metode penelitian maupun analisis data)	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Zasiroh (2023)	X1 : Layanan Dompot Digital X2 : Layanan <i>Paylater</i> Y : Perilaku	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi	X1, X2, Y	Peneliti menggunakan <i>Mental Accounting</i> sebagai Variabel Moderasi, sedangkan penulis menggunakan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan dompet digital dan layanan <i>Paylater</i> berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, <i>Mental Accounting</i> mampu memperlemah hubungan layanan dompet digital dan layanan <i>paylater</i> .

		Konsumtif Z : <i>Mental Accounting</i>	Klasik, Uji Hipotesis		nya sebagai variabel independent	
2.	Wijayanti, dkk (2023)	X1 : Gaya Hidup X2 : Dompet Digital Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Data : Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel X2 dan Y	Variabel X1	Hasil Penelitian ini yaitu Gaya hidup memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional. Hal ini dapat dilihat berdasarkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Sedangkan penggunaan dompet digital tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional. Terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup dan penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Nasional dengan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai F hitung $130.639 > 3.13$.
3.	Hastari (2023)	X1 : <i>Mental Accounting</i> X2 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Data : Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, dan <i>Moderate Regression Analysis (MRA)</i>	Variabel X1 dan Y	Variabel X2	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>mental accounting</i> tidak berpengaruh <i>negative</i> terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan pengendalian diri memperlemah pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
4.	Yusri (2021)	X1 : <i>Paylater</i> X2 : Kaum Milenial Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kualitatif Data : Reduksi, Sajian Data, dan Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	Variabel Y	Variabel X	Hasil penelitian ini yaitu kaum milenial telah memahami <i>Paylater</i> dan mendapatkan informasi tentang Pay Later dari aplikasi e-commerce yang diunduh dan dari rekomendasi teman. Informan menggunakannya saat sangat membutuhkan sesuatu, sedang tidak ada

						uang dan ada yang memakai karena mengejar diskon atau promo yang ada.
5.	Fikri (2021)	X1: : Penggunaan ShopeePay X2 : <i>Paylater</i> Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Analisis Tabel Tunggal, Analisis Tabel Silang, dan Pengujian Hipotesis	Variabel Y	Variabel X	Dari hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh penggunaan <i>ShopeePay</i> dan <i>Paylater</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,678 dalam skala hubungan yang cukup berarti. Kemudian hasil uji determinasi didapati bahwa penggunaan <i>ShopeePay</i> berpengaruh sebesar 46% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU. Berdasarkan data hasil penelitian sebanyak 49 responden sudah menggunakan lebih dari 9 bulan dan sejak April 2020 – Maret 2021 sudah menggunakan dalam bertransaksi lebih dari 9 kali. Kemudian juga responden menggunakan <i>ShopeePay</i> agar mendapatkan gratis ongkos kirim, cashback atau pun diskon ketika bertransaksi menggunakan <i>ShopeePay</i> .
6.	Insana dan Johan (2020)	X : Uang Elektronik Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Linier Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis	Variabel X dan Y	Uji Analisis Data yang digunakan	Hasil dari penelitian tersebut adalah penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan tentang perilaku konsumtif mahasiswa Universitas PGRI Indraprasta Pendidikan Ekonomi namun memiliki korelasi yang rendah dengan kontribusi Pendidikan variabel penggunaan uang elektronik sebesar 10,56% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa variabel dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh variabel lain.

7.	Mubarokah dan Rita (2020)	X1 : Literasi Keuangan X2 : <i>Mental Accounting</i> Z : Gender Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Uji Normalitas, Uji Linieritas, Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedastisitas, Uji MRA.	Variabel X2 dan Y	Variabel X1 dan Z	Studi ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, mental accounting berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan gender memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan mental accounting terhadap perilaku konsumtif.
8.	Jannah (2019)	X1 : Literasi Ekonomi X2 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kualitatif Analisis data : Analisis Regresi Linier Berganda, uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis	Variabel X1 dan Y	Variabel X2	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA sebesar 0,358, (2) gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA sebesar 0,000, (3) literasi ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,002.
9.	Almas (2019)	X1 : <i>Financial Literacy</i> X2 : Pengendalian Diri X3 : Teman Sebaya X4 : Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, dan Analisis Koefisien Determinasi	X1 dan Y	X2, X3, dan X4	Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 17,881 - 0,398 X1 - 0,191 X2 + 0,166 X3 + 0,378 X4$. Ada pengaruh financial literacy, pengendalian diri, teman sebaya dan status sosial ekonomi orang tua secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 71,4%, secara parsial financial literacy berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 47,6%, pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 27,2%, teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa sebesar 14,4% dan kondisi social ekonomi orang tua berpengaruh terhadap

						perilaku konsumtif siswa sebesar 20,1%
10.	Wahyuni (2019)	X1 : Gaya Hidup X2 : Literasi Keuangan Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi Linier Berganda	Variabel Y	Variabel X	Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, (2) Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan (3) Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.
11.	Pulungan dan Febriaty (2018)	X1 : Gaya Hidup X2 : Literasi Keuangan Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Analisis Regresi Berganda	Variabel Y	Variabel X	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen konsumtif di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan koefisien determinasi sebesar 49,20 persen.
12.	Dewi, dkk (2017)	X1 : Penggunaan E-Money X2 : Kontrol Diri Y : Perilaku Konsumtif	Metode Penelitian : Kuantitatif Analisis Data : Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Jalur (Path Analysis)	Variabel X1 dan Y	Variabel X2	Hasil penelitian ini menunjukkan hasil sebagai berikut : Pertama, penggunaan e-money berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan agar para mahasiswa meningkatkan kontrol diri dalam mengimbangi penggunaan e-money, sehingga e-money bisa berfungsi sesuai dengan yang diharapkan, yaitu mampu mempermudah transaksi mahasiswa, dan

						menghindari sisi buruknya. Kedua, dengan adanya kontrol diri, mahasiswa sebagai pengguna e-money juga dapat terhindar dari sikap konsumtif. Ketiga, kontrol diri mampu memediasi antara e-money dengan perilaku konsumtif dengan demikian jika mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi, maka penggunaan e-money dapat menekan atau mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dalam artian, mahasiswa menggunakan e-money hanya sebatas kebutuhan saja, misalkan untuk pembayaran kuliah atau membeli kebutuhan primer lainnya.
13.	Kanseri na (2015)	X1 : Literasi Ekonomi X2 : Gaya Hidup Y : Perilaku Konsumt if	Metode Penelitian : Deskriptif Kuantitatif Metode Analisis Data : Analisis Regresi Linier Berganda	Varibel X dan Y	Variabel X	Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470, (2) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi Ekonomi (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.

Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya seperti variabel independen yang digunakan, pada penelitian ini terdapat 4 variabel independen yang di teliti yaitu Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompert Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4). Periode yang digunakan penelitian, yaitu pada tahun 2024 dan responden

penelitian yang diambil pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Perilaku Konsumtif

Menurut Kanserina (2015), perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, yang berarti belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Sehingga, Perilaku konsumtif menjadi perhatian utama dalam mengkaji dinamika keuangan dan kehidupan mahasiswa di era globalisasi dan kemajuan teknologi. Fenomena ini mencerminkan transformasi konsep konsumsi dari sekadar pemenuhan kebutuhan fungsional menjadi ekspresi identitas, status sosial, dan gaya hidup. Secara umum, mahasiswa sebagai anggota masyarakat juga terlibat dalam perubahan paradigma konsumsi ini, yang kini menjadi semakin kompleks. Menurut Yusri (2021), Secara operasional, indikator perilaku konsumen antara lain yaitu membeli produk untuk iming-iming hadiah, kemasan yang indah, menjaga penampilan dan prestise, mempertimbangkan harga dan mempertahankan simbol dan status, dan kemudian menggunakan produk proyek sesuai dengan model iklan untuk menonjol dari evaluasi dan pembelian mahal.

Indikator Perilaku Konsumtif menurut Wahyuni, dkk (2019), sebagai berikut :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
5. Membeli produk karena menjaga symbol status
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
7. Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi
8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

2.2.2 Literasi Ekonomi

Menurut Sina (2012 : 135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Seperti yang diungkapkan Kanserina, (2015) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik

terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang di bahas (Kotte and Witt, 1995: 162). Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi. Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Mahasiswa juga dapat menetapkan skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Teori perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan, bagaimana seseorang konsumen memilih diantara berbagai macam alternatif (choice). Maka penting bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana menjadi mahasiswa yang baik dengan memanfaatkan ilmu ekonomi. Menurut Kusniawati (2016), mengatakan bahwa terdapat lima indikator dalam literasi ekonomi yaitu Pemahaman terhadap Kebutuhan, Pemahaman terhadap Kelangkaan, Pemahaman terhadap Prinsip Ekonomi, Pemahaman terhadap Motif Ekonomi, dan Pemahaman tentang Kegiatan Konsumsi.

Indikator literasi ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Kelangkaan
2. Sumber Daya Produktif
3. Sistem Ekonomi
4. Tukar Menukar
5. Insentif Ekonomi

6. Pasar

7. Ekonomi Manajemen.

Menurut (Kotte and Witt (1995: 163) yang ditulis dalam *Change and Challenge: Assessing Economic Literacy.*)

2.2.3 Layanan Dompot Digital

Menurut *The Economic Times* yang dikutip dari wartaekonomi.co.id (Fikri, 2021), dompet digital adalah jenis akun prabayar yang dilindungi dengan kata sandi dengan hal tersebut pengguna dapat menyimpan uang untuk setiap transaksi daring, seperti pembayaran untuk makanan, belanja barang daring, maupun pembelian tiket penerbangan. Dompot digital berbasis server, oleh karena itu, jika ingin melakukan transaksi, diperlukan sebuah perangkat yang terhubung ke server penerbit melalui internet, seperti komputer, tablet, atau smartphone. Bank Indonesia dalam peraturan No. 18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/41/DKSP menyebutkan layanan dompet digital merupakan fasilitas elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi dalam bentuk instrument pembayaran, termasuk kartu atau uang elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan bertransaksi. Untuk melakukan penambahan dana ke dompet digital, pengguna dapat memanfaatkan metode setor tunai, transfer, atau melalui proses auto debit dari rekening. Namun, dalam hal penarikan dana, terdapat Batasan yang mengharuskan pemindahan dana ke rekening simpanan pengguna hanya dapat dilakukan melalui bank -

bank yang telah terdaftar, atau melalui proses penarikan dalam rangka redeem (Bank Indonesia, 2020). Menurut Ramadhani (2019), Indikator Dompot Digital yaitu Mempunyai Manfaat dan Keuntungan, mempunyai kemudahan dalam penggunaannya, dan dapat dipercaya. Sedangkan menurut Fikri (2021), indikator penggunaan dompet digital yakni, Kualitas Pelayanan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Kepercayaan Promosi.

Indikator Dompot Digital menurut Dewi, dkk (2021), sebagai berikut :

1. Manfaat dan Keuntungan
2. Kemudahan Penggunaan
3. Kepercayaan

2.2.4 Layanan *Paylater*

Saat ini BNPL (Buy Now *Paylater*) atau lebih familiar dikenal sebagai *Paylater*, tengah menjadi pilihan paket pembayaran yang menarik bagi masyarakat dengan anggaran terbatas. BNPL adalah instrumen keuangan yang memungkinkan pembayaran dicicil tanpa kartu kredit (Binus University, 2020). Menurut Yusri (2021), *Paylater* adalah layanan pinjaman online tanpa kartu yang memungkinkan konsumen untuk membayar transaksi produk, baik barang atau jasa, dalam satu waktu atau dicicil. Jenis layanan pinjaman ini disebut jalur kredit. Selain menggunakan kartu kredit/debit, dompet online, dan transfer seluler untuk memenuhi kebutuhan transaksi kehidupan masyarakat, metode

pembayaran seperti ini juga memberikan opsi pembayaran tambahan untuk transaksi saat ini. Berbagai fintech sebagai platform penyedia layanan keuangan online, situs belanja daring hingga layanan dompet online menawarkan keberagaman produk ke ranah pembayaran kredit. Sampai saat ini, beragam jenis e-commerce telah menggandeng fintech untuk pengajuan pinjaman. Misalkan dompet online Gopay yang telah menyediakan fitur *Paylater*. Begitu pula dengan OVO melalui OVO *Paylater*. Hal senada juga dilakukan oleh berbagai perusahaan marketplace atau e-commerce seperti Traveloka, Bukalapak, Tokopedia, Akulaku, Shopee, Kredivo dan masih banyak lagi jenis platform lainnya telah menggunakan fitur *Paylater* di dalamnya. Perusahaan *fintech* yang telah memiliki pembayaran dengan sistem BNPL, mendapatkan keuntungan dari biaya keterlambatan pembayaran (*late fees*), biaya penyimpanan akun (*account keeping fees*) setiap bulannya, dan biaya pemrosesan (*processing fees*) untuk setiap pembayaran yang dilakukan oleh pengguna tersebut. Indikator Layanan *Paylater* yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Dude, dkk (2022) ada 3, yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko.

Indikator Layanan *Paylater* menurut Aftika (2021), sebagai berikut :

1. Penyebab Penggunaan Layanan *Paylater*
2. Kepuasan
3. Kemudahan

4. Kegemaran
5. Jaminan Keamanan
6. *Cashback*
7. Kecepatan

2.2.5 *Mental Accounting*

Pentingnya pengelolaan keuangan pada mahasiswa supaya mereka dapat lebih memperhatikan keuangan individu salah satunya dengan menerapkan *Mental Accounting*. Menurut Zasiroh (2023), Mahasiswa yang telah menerapkan *Mental Accounting* dengan baik seperti selalu mencatat dan mengklasifikasikan serta mengevaluasi keuangan yang dimiliki membuat mereka akan lebih cenderung mengelola keuangan yang baik dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan memiliki hubungan yang positif. *Mental Accounting* merupakan sikap individu dalam melakukan klasifikasi dana yang dimiliki serta berbeda dimana dalam hal ini untuk menghindari sikap yang rentan dalam mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional baik dalam pengeluaran ataupun investasi. Menurut Haryana (2017), indikator dari *Mental Accounting* yaitu *Mental Budget*, *Self Control* dan *Short Term Orientation*.

Indikator *Mental Accounting* menurut Mubarokah (2020) adalah sebagai berikut :

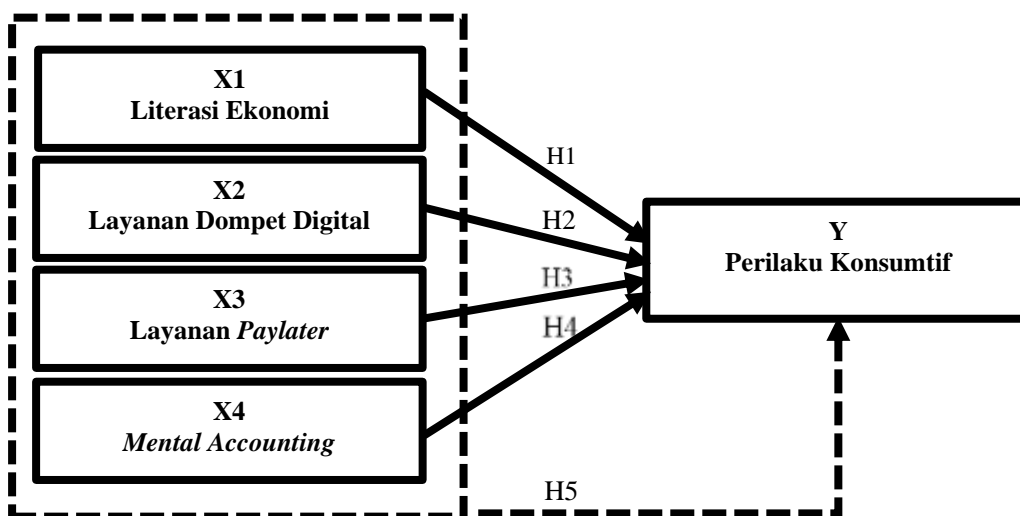
1. Pengalokasian penghasilan ke beberapa akun
2. Perlakuan yang berbeda pada penghasilan dan bonus

3. Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep dari penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana variabel independen yang digunakan adalah Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4). Sedangkan variabel dependennya adalah Perilaku Konsumtif (Y). Penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk dapat mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan :

- : Berpengaruh secara Parsial
- - -→ : Berpengaruh secara Simultan

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah sebuah pernyataan dari peneliti sebelum melakukan penelitian atas dasar praduga (jawaban sementara) dari suatu permasalahan

dengan landasan penelitian terdahulu serta wajib untuk dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan paparan tentang pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H2 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H3 : Terdapat Pengaruh secara Parsial Layanan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H4 : Terdapat Pengaruh secara Parsial *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

H5 : Terdapat Pengaruh secara Simultas Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* secara bersama – sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bisa diartikan juga sebagai keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang sedang menempuh Pendidikan di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember yang berjumlah 3.146 Mahasiswa (PDDikti, 2023).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:81). Bila Populasi Besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dalam populasi tersebut. Sampel yang

diambil dari populasi juga harus bisa *representatif* (mewakili). Peneliti menggunakan rumus *Slovin* dalam menentukan Jumlah Sampel yang akan diambil dari jumlah Populasi Mahasiswa Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Maka Pengambilan Sampel dalam Penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10% (Mubarokah, 2020) :

$$n = \frac{3.146}{1+3.146(0,1)^2} = 96,9193 = 97$$

Maka dapat disimpulkan, jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan 97 Responden dari 3.146 populasi Mahasiswa Aktif Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember. Kemudian jumlah sampel tersebut akan dibagi pada 6 perguruan tinggi secara proporsional. Adapun perhitungan sampel yang akan diambil dari masing-masing perguruan tinggi pada penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 3.1

Data Populasi dan Sampel

No.	Perguruan Tinggi	Jenjang	Populasi	Persentase (%)	Sampel
1.	Universitas Jember	S1	1073	34,1	33
2.	Universitas Muhammadiyah Jember	S1	429	13,62	13
3	Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq Jember	S1	936	29,75	29
4.	Politeknik Negeri Jember	D4	408	12,96	13
5.	Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember	S1	0	0	0
6.	Institut Teknologi dan Sains Mandala	S1	302	9,59	9
Jumlah			3.146	100	97

(Sumber : PDDikti – Data Ganjil 2023)

Menurut Sugiyono (2013:81), Teknik Sampling adalah merupakan Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*, yaitu metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan peneliti. Kriteria Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mahasiswa Aktif Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember yang terdaftar pada PDDikti 2023
2. Jenjang Diploma (D4) atau Sarjana (S1)
3. Minimal Semester 2

3.3 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan Metode Penelitian Kuantitatif dengan pendekatan jenis Penelitian *Eksplanatory Research*. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada suatu fenomena atau gejala yang bersifat sebab dan akibat, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis datanya bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ada (Sugiyono, 2013:13). Sedangkan Menurut Sugiyono (2017:6), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel – variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama penelitian ini menggunakan metode penelitian *explanatory* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka

diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:38).

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Variabel independen atau bebas (X) adalah variabel yang memengaruhi baik penyebab perubahannya maupun terjadinya variabel terikat. (Sugiyono, 2013:39). Variabel independen dalam penelitian ini adalah : Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4).
2. Variabel dependen atau terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2013:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Darwin dkk (2021), variabel – variabel yang akan diteliti didefinisikan dan ditetapkan cara mengukurnya dengan satuan – satuan tertentu. Melalui pendefinisian, variabel – variabel yang bersifat abstrak menjadi lebih operasional dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengukuran. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel penelitiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel dan Indikator

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, yang berarti belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Kanserina, 2015).	Menurut Wahyuni, dkk (2019), sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya) 5. Membeli produk karena menjaga symbol status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 7. Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)
2.	Literasi Ekonomi (X1)	Literasi Ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif	Menurut Kotte and Witt (1995: 163), sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelangkaan 2. Sumber Daya Produktif 3. Sistem Ekonomi 4. Tukar Menukar

		mahasiswa dalam berkonsumsi (Sina, 2012 : 135).	5. Insentif Ekonomi 6. Pasar 7. Ekonomi Manajemen
3.	Layanan Dompot Digital (X2)	Bank Indonesia dalam peraturan No. 18/40/PBI/2016 dan Surat Edaran Bank Indonesia No. 18/41/DKSP menyebutkan layanan dompet digital merupakan fasilitas elektronik yang digunakan untuk menyimpan informasi dalam bentuk instrument pembayaran, termasuk kartu atau uang elektronik, yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dana dan bertransaksi (Bank Indonesia, 2020).	Menurut Dewi, dkk (2021), sebagai berikut : 1. Manfaat dan Keuntungan 2. Kemudahan Penggunaan 3. Kepercayaan
4.	Layanan Paylater (X3)	<i>Paylater</i> adalah layanan pinjaman online tanpa kartu yang memungkinkan konsumen untuk membayar transaksi produk, baik barang atau jasa, dalam satu waktu atau dicicil. Jenis layanan pinjaman ini disebut jalur kredit (Yusri, 2021).	Menurut Aftika (2021), sebagai berikut : 1. Penyebab Penggunaan Layanan Paylater 2. Kepuasan 3. Kemudahan 4. Kegemaran 5. Jaminan Keamanan 6. Cashback 7. Kecepatan
5.	<i>Mental Accounting</i> (X4)	<i>Mental Accounting</i> merupakan sikap individu dalam melakukan klasifikasi dana yang dimiliki serta berbeda dimana dalam hal ini untuk menghindari sikap yang rentan dalam mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional baik dalam pengeluaran ataupun investasi (Zasiroh, 2023).	Menurut Mubarakah (2020), sebagai berikut : 1. Pengalokasian penghasilan ke beberapa akun 2. Perlakuan yang berbeda pada penghasilan dan bonus 3. Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan Data yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung kepada objek penelitian.

2. Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data dengan cara daftar pertanyaan yang disederhanakan dan disebarakan kepada responden (Mahasiswa Program Studi Akuntansi) di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember.
3. Studi pustaka adalah pengumpulan data dengan menggunakan atau mengambil data – data yang berhubungan dengan penelitian yang dapat menunjang penelitian secara teoritis melalui buku literatur dan jurnal – jurnal ekonomi dan akuntansi.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah uji validitas dan uji reabilitas untuk instrumen penelitian (kuesioner). Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda menggunakan pengujian asumsi klasik sebagai prasyarat. Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel dependennya. Pengujian hipotesis parsial serta simultan dilakukan menggunakan uji t dan uji f.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner (Angket) secara langsung kepada responden dalam bentuk pernyataan tertulis dan google formulir. Kuesioner yang disebar berupa daftar pernyataan kepada responden mengenai pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi. Jawaban responden akan diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu pilihan jawaban responden

akan diberi nilai dengan skala 5 poin sebagai skor tertinggi dan skala 1 untuk skor terendah dengan memberi tanda cek (√) atau tanda silang (×) pada kolom yang dipilih. Adapun kriteria penentuan skor untuk masing-masing item pernyataan dari setiap Variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skor/Nilai Pernyataan Kuisisioner

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (ST)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

(Sumber : Sugiyono, 2017:93)

Teknik Analisis Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

3.7.1 Uji Instrumen

- a. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen penelitian (kuesioner). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pernyataan atau indikator dalam kuesioner dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel dan nilainya positif (Ghozali, 2013).
- b. Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013)

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda model pada model regresi *Ordinary Least Square (OLS)*. Dalam Uji asumsi Klasik ada 3 macam Uji, yaitu :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menunjukkan apakah data tersebut normal atau tidak. Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan nilai normal yang digunakan dalam penelitian ini yang mengasumsikan nilai signifikan dengan alpha 0,05. Menurut Ghozali (2013), jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05 maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05 maka data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2018:107) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan yaitu : Jika nilai VIF kurang dari 10 dan/atau nilai tolerance $> 0,01$, berarti tidak terdapat gejala

multikolinearitas antara masing-masing variabel bebas dalam penelitian dan sebaliknya.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah terdapat penyimpangan dari persyaratan asumsi klasik. Menurut Ghozali (2018:120) Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik pada *Scatteplot*, metode ini dapat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan ciri – ciri apabila tidak terdapat pola yang jelas, titik – titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan titik – titik data menyebar diatas maupun dibawah angka nol maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah metode untuk mengukur kekuatan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Metode ini menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Ghozali, 2013).

Berdasarkan model penelitian di atas maka persamaan regresi pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y : Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

b_{1,2,3,4} : Koefisien Regresi

X₁ : Literasi Ekonomi

X₂ : Layanan Dompot Digital

X₃ : Layanan *Paylater*

X₄ : *Mental Accounting*

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Sugiyono (2016:286), Koefisien Determinasi (R²) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat. Nilai Koefisien Determinasi antara 0 (Nol) sampai 1 (Satu). Nilai koefisien determinasi yang kecil (mendekati angka 0) berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel – variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kuatnya hubungan antar variabel dinyatakan dalam koefisien korelasi. Koefisien korelasi positif terbesar = 1 dan koefisien korelasi

negatif terbesar = -1, sedangkan yang terkecil adalah 0. Bila hubungan antara dua variabel atau lebih itu memiliki koefisien korelasi – 1 atau = -1, maka hubungan tersebut sempurna. Jika terdapat $r = -1$ maka terdapat korelasi negatif sempurna, artinya setiap peningkatan pada variabel tertentu maka terjadi penurunan pada variabel lainnya. Sebaliknya jika didapat $r = 1$, maka diperoleh korelasi positif sempurna, artinya ada hubungan yang positif antara variabel, dan kuat atau tidaknya hubungan ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien korelasi, dan koefisien korelasi adalah 0 maka tidak terdapat hubungan.

Untuk dapat memberikan interpretasi terhadap kuatnya hubungan X terhadap Y, maka dapat digunakan pedoman tabel berikut:

Tabel 3.4

Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

(Sumber : Sugiyono, 2016:287)

Untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dicari dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

$$R^2 = \text{Kuadrat Koefisien Korelasi}$$

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- a Jika KD mendekati nol (0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b Jika KD mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

3.7.5 Uji Hipotesis

Menurut Darwin dkk (2021) Uji hipotesis adalah sebuah proses untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Tujuan uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data – data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran atau pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Uji t dan Uji F untuk meneliti pengaruh secara parsial dan simultan dari setiap variabelnya. Statistik uji yang digunakan :

a. Uji t

Menurut , penerapan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen dengan sesuai rumus dan keputusannya.

Ketentuan Uji :

- a Jika Nilai Sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh signifikan.
- b Jika Nilai Sig < 0,05 maka ada pengaruh Signifikan.

b. Uji F

Menurut , uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidaknya variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen. Pengukuran ini sesuai dengan rumus dan ketentuan/keputusan uji.

Ketentuan Uji :

- a Jika Nilai Sig $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh signifikan.
- b Jika Nilai Sig $< 0,05$ maka ada pengaruh Signifikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi dan Gambaran Umum Responden

4.1.1 Deskripsi Responden

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisioner kepada Mahasiswa Aktif Program Studi Akuntansi di setiap Perguruan Tinggi Kabupaten Jember, yaitu sebagai berikut : Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq Jember, Politeknik Negeri Jember, Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember, dan Institut Teknologi dan Sains Mandala. Dari seluruh data populasi Mahasiswa Program Studi Akuntansi yang pengambilan sampelnya menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Maka sampel yang diambil pada penelitian sebanyak 97 responden.

Berikut ini adalah deskripsi responden :

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.1
Distribusi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Perempuan	65	67
2	Laki-laki	32	33
Jumlah		97	100

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menunjukkan hasil jumlah responden dari penyebaran kuesioner yang dikualifikasikan berdasarkan jenis kelamin responden, diperoleh data jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 Mahasiswa dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 Mahasiswa. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data umur responden, sebagai berikut :

Tabel 4.2
Distribusi Umur Responden

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	18 - 20	39	40,2
2	21 – 23	57	58,8
3	> 24	1	1
Jumlah		97	100

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan hasil jumlah responden dari penyebaran kuesioner yang dikualifikasikan dengan umur, maka diperoleh jumlah data responden dengan umur 18 – 20 tahun sebesar 39 mahasiswa, umur 21 – 23 tahun sebesar 57 mahasiswa, dan umur 24/lebih tahun sebesar 1 mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden umur 21 – 23 tahun.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data Semester Responden, sebagai berikut :

Tabel 4.3
Distribusi Semester Responden

No.	Semester	Jumlah	Persentase (%)
1	2	19	19,6
2	4	27	27,8
3	6	17	17,5
4	8	34	35,1
Jumlah		97	100

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan hasil jumlah responden dari penyebaran kuesioner yang dikualifikasikan dengan semester, maka diperoleh jumlah data responden semester 2 sebanyak 19 mahasiswa, semester 4 sebanyak 27 mahasiswa, semester 6 sebanyak 17 mahasiswa, dan semester 8 sebanyak 34 mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden semester 8.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data Program Studi Responden, sebagai berikut :

Tabel 4.4
Distribusi Program Studi Responden

No.	Jenjang	Jumlah	Persentase (%)
1	D4	13	13,4
2	S1	84	86,6
Jumlah		97	100

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan hasil jumlah responden dari penyebaran kuesioner yang dikualifikasikan dengan Program Studi, maka diperoleh jumlah data responden Program Studi D4 sebanyak 13 mahasiswa, dan Program Studi S1 sebanyak 84 mahasiswa. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden Program Studi S1.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh data Perguruan Tinggi Responden, dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 4.5
Distribusi Perguruan Tinggi Responden

No.	Perguruan Tinggi	Jenjang	Jumlah	Persentase (%)
1	Universitas Jember	S1	33	34
2	Universitas Muhammadiyah Jember	S1	13	13,4
3	Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq Jember	S1	29	29,9
4	Politeknik Negeri Jember	D4	13	13,4
5	Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember	S1	0	0
6	Institut Teknologi dan Sains Mandala	S1	9	9,3
Jumlah			97	100

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas menunjukkan hasil jumlah responden dari penyebaran kuesioner yang dikualifikasikan menurut Perguruan Tinggi, maka diperoleh jumlah data responden dengan Perguruan Tinggi Universitas Jember sebanyak 33 mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 13 mahasiswa, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember sebanyak 29 mahasiswa, Politeknik Negeri Jember sebanyak 13 Mahasiswa, Institut Agama Islam Al-Qodiri sebanyak 0 mahasiswa, dan ITS Mandala sebanyak 9 Mahasiswa. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh Universitas Jember.

4.1.2 Gambaran Umum Tanggapan Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 97 Mahasiswa Aktif Program Studi Akuntansi di Perguruan Tinggi Kabupaten Jember, yang terdiri dari : Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Islam Negeri KH Achmad Shiddiq Jember, Politeknik Negeri Jember, Institut Agama Islam Al-Qodiri Jember, dan Institut Teknologi dan Sains Mandala. Setiap responden akan diberi kuisisioner yang berisi pernyataan untuk mengukur setiap variabel dalam penelitian ini.

4.1.1.1 Variabel Literasi Ekonomi (X1)

Berdasarkan dari penyebaran kuisisioner kepada responden didapat hasil tanggapan responden untuk pernyataan mengenai Literasi Ekonomi.

Berikut hasil tanggapan responden untuk variabel Literasi Ekonomi :

Tabel 4.6
Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Variabel Literasi Ekonomi (X1)

No.	Literasi Ekonomi (X1)	Pilihan					Modus
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya Paham mengenai Konsep Kelangkaan dalam Ekonomi	18	55	22	2	0	Setuju
2.	Saya memahami cara Pengelolaan Sumber Daya Produktif	15	59	23	0	0	Setuju
3.	Saya memahami Sistem Ekonomi	20	60	16	1	0	Setuju
4.	Saya memahami Konsep Tukar – Menukar	27	62	7	1	0	Setuju
5.	Saya memahami dampak dari Insentif Ekonomi	12	55	24	6	0	Setuju

6.	Saya memahami Fungsi Utama dari Pasar	34	55	7	1	0	Setuju
7.	Saya memahami Konsep Ekonomi Manajemen	20	54	22	1	0	Setuju

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil skor dari masing-masing pernyataan yang mewakili variabel Literasi Ekonomi (X1) menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “Setuju” (S) pada setiap poin pernyataan. Hal ini menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan merasa pentingnya memahami literasi ekonomi sebagai wawasan dalam manajemen keuangan pribadi. Secara keseluruhan, hasil tabulasi tanggapan ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi responden berada pada tingkat yang cukup baik, terutama dalam aspek-aspek dasar ekonomi yang sering diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Tingginya jumlah responden yang memberikan jawaban "Setuju" pada setiap pernyataan menunjukkan bahwa mereka mengakui pentingnya literasi ekonomi sebagai dasar untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana dan efisien. Meskipun demikian, ada beberapa area yang masih memerlukan pemahaman lebih mendalam, seperti dampak dari insentif ekonomi. Upaya edukasi dan penyuluhan lebih lanjut dapat diarahkan untuk memperkuat literasi ekonomi di kalangan responden, sehingga mereka dapat lebih percaya diri dan kompeten dalam mengelola keuangan pribadi mereka.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini menilai berbagai aspek Literasi Ekonomi, seperti konsep kelangkaan dalam ekonomi, cara Pengelolaan Sumber Daya Produktif, Sistem Ekonomi,

Konsep Tukar – Menukar, dampak dari Insentif Ekonomi, serta Konsep Ekonomi Manajemen.

4.1.1.2 Variabel Layanan Dompot Digital (X2)

Berdasarkan dari penyebaran kuisioner kepada responden didapat hasil tanggapan responden untuk pernyataan mengenai Layanan Dompot Digital.

Berikut hasil dari tanggapan responden untuk variabel Layanan Dompot Digital :

Tabel 4.7
Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Variabel Layanan Dompot Digital (X2)

No.	Layanan Dompot Digital (X2)	Pilihan					Modus
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya merasakan manfaat dari menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari	61	29	6	1	0	Sangat Setuju
2.	Saya merasa bahwa dompet digital memberikan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran tradisional (tunai atau kartu)	37	28	31	1	0	Sangat Setuju
3.	Saya merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan dompet digital (misalnya : pembayaran, transfer uang)	54	40	3	0	0	Sangat Setuju
4.	Saya mempercayai keamanan data pribadi saya ketika menggunakan dompet digital	20	39	35	3	0	Setuju
5.	Saya merasa bahwa layanan dompet digital yang saya gunakan terpercaya dalam hal melindungi transaksi keuangan saya	27	53	16	1	0	Setuju

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.7 hasil skor dari masing-masing pernyataan yang mewakili variabel Layanan Dompot Digital (X2) menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “Sangat Setuju” (SS) pada setiap poin pernyataan. Secara keseluruhan, hasil tabulasi tanggapan ini

menunjukkan bahwa layanan dompet digital diterima dengan baik oleh responden, dengan mayoritas merasakan manfaat dan kemudahan yang signifikan. Namun, aspek keamanan data pribadi masih menjadi perhatian bagi beberapa responden. Upaya untuk meningkatkan transparansi dan keamanan pada layanan dompet digital dapat membantu mengatasi kekhawatiran ini dan meningkatkan kepercayaan pengguna secara keseluruhan.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini menilai berbagai aspek Layanan Dompet Digital, seperti manfaat dari menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari, memberikan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran tradisional (tunai atau kartu), kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan dompet digital (misalnya : pembayaran, transfer uang), keamanan data pribadi saya ketika menggunakan dompet digital, serta terpercaya dalam hal melindungi transaksi keuangan.

4.1.1.3 Variabel Layanan *Paylater*(X3)

Berdasarkan dari penyebaran kuisisioner kepada responden didapat hasil tanggapan responden untuk pernyataan mengenai Layanan *Paylater*.

Berikut hasil tanggapan responden untuk variabel Layanan *Paylater* :

Tabel 4.8
Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Variabel Layanan *Paylater* (X3)

No.	Layanan <i>Paylater</i> (X3)	Pilihan					Modus
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya mempunyai alasan kuat dalam menggunakan layanan <i>paylater</i>	8	24	38	17	10	Netral

2.	Saya merasa Puas dengan layanan <i>paylater</i> yang saya gunakan	8	26	39	17	7	Netral
3.	Saya merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan <i>paylater</i>	9	28	38	15	7	Netral
4.	Saya memiliki kegemaran menggunakan layanan <i>paylater</i>	7	13	38	23	16	Netral
5.	Saya mempercayai keamanan data pribadi saya saat menggunakan layanan <i>Paylater</i>	7	19	52	12	7	Netral
6.	Saya sering menerima <i>Cashback</i> saat penggunaan layanan <i>Paylater</i>	8	15	49	15	10	Netral
7.	Saya merasakan Kecepatan Proses persetujuan dan Penggunaan Layanan <i>paylater</i>	8	23	45	13	8	Netral

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.8 hasil skor dari masing-masing pernyataan yang mewakili variabel Layanan *Paylater* (X3) menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “Netral” (N) pada setiap poin pernyataan. Secara keseluruhan, hasil tabulasi tanggapan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa netral terhadap berbagai aspek layanan *paylater*. Ketidakpastian ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pengalaman langsung yang memadai dengan layanan ini, perbedaan kebutuhan dan preferensi individu, atau kekhawatiran mengenai keamanan dan manfaat yang diperoleh. Upaya untuk meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan pengalaman pengguna terhadap layanan *paylater* dapat membantu mengubah pandangan netral ini menjadi lebih positif.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner ini menilai berbagai aspek mempunyai alasan kuat dalam menggunakan layanan *paylater*, Puas dengan layanan *paylater* yang digunakan, kemudahan dalam

menggunakan layanan *paylater*, kegemaran menggunakan Layanan *Paylater*, keamanan data pribadi saat menggunakan layanan *Paylater*, kecepatan proses persetujuan dan penggunaan Layanan *Paylater*.

4.1.1.4 Variabel *Mental Accounting* (X4)

Berdasarkan dari penyebaran kuisioner kepada responden didapat hasil tanggapan responden untuk pernyataan mengenai Layanan *Mental Accounting*. Berikut hasil tanggapan responden untuk variabel Layanan *Mental Accounting* :

Tabel 4.9
Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Variabel Layanan *Mental Accounting* (X4)

No.	<i>Mental Accounting</i> (X4)	Pilihan					Modus
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya memahami cara mengalokasikan penghasilan ke beberapa akun	21	55	18	3	0	Setuju
2.	Saya mampu memperlakukan secara berbeda pada penghasilan dan bonus	19	57	16	4	1	Setuju
3.	Saya selalu Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan	35	45	13	3	1	Setuju

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.9 hasil skor dari masing-masing pernyataan yang mewakili variabel Layanan *Mental Accounting* (X4) menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “Setuju” (S) pada setiap poin pernyataan. Secara keseluruhan, hasil tabulasi tanggapan dari responden ini menunjukkan bahwa mayoritas memiliki pemahaman yang baik dan penerapan yang efektif terhadap prinsip-prinsip *mental accounting*. Ini mencakup pengalokasian penghasilan ke beberapa akun,

perlakuan yang berbeda terhadap penghasilan reguler dan bonus, serta kebiasaan menghitung biaya bulanan. Tingginya persentase jawaban "Setuju" dan "Sangat Setuju" menunjukkan bahwa konsep *mental accounting* telah diadopsi dengan baik oleh responden, membantu mereka dalam pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan terencana. Upaya edukasi lebih lanjut bisa difokuskan pada mengurangi keraguan yang dimiliki oleh sebagian kecil responden yang memberikan jawaban tidak setuju, untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan *mental accounting* di kalangan yang lebih luas.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner ini menilai berbagai aspek, seperti cara mengalokasikan penghasilan ke beberapa akun, memperlakukan secara berbeda pada penghasilan dan bonus, serta selalu Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan.

4.1.1.5 Variabel Perilaku Kosumtif (Y)

Berdasarkan dari penyebaran kuisioner kepada responden didapat hasil tanggapan responden untuk pernyataan mengenai Perilaku Kosumtif.

Berikut hasil tanggapan responden untuk variabel Perilaku Kosumtif :

Tabel 4.10
Hasil Tabulasi Tanggapan Responden Variabel Perilaku Kosumtif (Y)

No.	Perilaku Kosumtif (Y)	Pilihan					Modus
		SS	S	N	TS	STS	
1.	Saya Membeli produk karena ada iming – imingnya hadiah	5	25	34	25	8	Netral
2.	Saya Membeli produk karena kemasannya menarik	7	33	40	12	5	Netral
3.	Saya Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi	6	16	30	30	15	Netral

4.	Saya Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)	17	31	31	14	4	Netral
5.	Saya Membeli produk karena menjaga symbol status	5	12	37	34	9	Netral
6.	Saya Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	5	18	39	30	5	Netral
7.	Saya memiliki persepsi bahwa ketika Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi	10	31	29	21	6	Setuju
8.	Saya Tertarik untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	13	38	32	11	3	Setuju

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil skor dari masing-masing pernyataan yang mewakili variabel Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban “Netral” (N) pada setiap poin pernyataan. Secara keseluruhan, tanggapan netral yang dominan menunjukkan bahwa banyak responden memiliki sikap yang tidak ekstrem terhadap perilaku konsumtif. Mereka mungkin mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian dan tidak terlalu dipengaruhi oleh satu faktor tertentu seperti hadiah, kemasan menarik, atau simbol status. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran di antara responden mengenai pentingnya memahami perilaku konsumtif dan mempertimbangkan keputusan pembelian dengan lebih matang dan bijaksana. Upaya edukasi yang berfokus pada pengelolaan keuangan yang baik dan pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif

dapat membantu meningkatkan kesadaran dan perilaku konsumtif yang lebih bijaksana di kalangan responden.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner ini menilai berbagai aspek perilaku konsumtif, seperti Membeli produk karena ada iming – imingnya hadiah, Membeli produk karena kemasannya menarik, Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi, Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), Membeli produk karena menjaga symbol status, Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, memiliki persepsi bahwa ketika Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi, serta Tertarik untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

4.2 Analisis Hasil Penelitian

4.2.1 Uji Instrumen

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kelayakan pernyataan dalam kuesioner, menguji apakah pernyataan dalam kuesioner valid atau tidak untuk digunakan. Dasar pengukuran dengan cara membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel dimana jumlah responden yang ditetapkan sebanyak 97 responden dengan tingkat kesalahan 10%. Sehingga diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,168. Berdasarkan hal tersebut, apabila nilai r-hitung > r-tabel maka pernyataan dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Literasi Ekonomi	X1.1	0,777	0,168	Valid
	X1.2	0,776	0,168	Valid
	X1.3	0,827	0,168	Valid
	X1.4	0,706	0,168	Valid
	X1.5	0,743	0,168	Valid
	X1.6	0,753	0,168	Valid
	X1.7	0,772	0,168	Valid
Layanan Dompot Digital	X2.1	0,733	0,168	Valid
	X2.2	0,811	0,168	Valid
	X2.3	0,735	0,168	Valid
	X2.4	0,731	0,168	Valid
	X2.5	0,763	0,168	Valid
Layanan <i>Paylater</i>	X3.1	0,911	0,168	Valid
	X3.2	0,941	0,168	Valid
	X3.3	0,924	0,168	Valid
	X3.4	0,880	0,168	Valid
	X3.5	0,886	0,168	Valid
	X3.6	0,855	0,168	Valid
	X3.7	0,915	0,168	Valid
Mental Accounting	X4.1	0,837	0,168	Valid
	X4.2	0,882	0,168	Valid
	X4.3	0,832	0,168	Valid
Perilaku Konsumtif	Y1	0,742	0,168	Valid
	Y2	0,672	0,168	Valid
	Y3	0,777	0,168	Valid
	Y4	0,575	0,168	Valid
	Y5	0,857	0,168	Valid
	Y6	0,801	0,168	Valid
	Y7	0,731	0,168	Valid
	Y8	0,620	0,168	Valid

(Sumber : Lampiran 3)

Berdasarkan Tabel 4.11, hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner telah dinyatakan valid atau sah untuk digunakan. Hal ini dapat diobservasi dari fakta bahwa nilai r-hitung (koefisien korelasi) untuk setiap indikator variabel (X1.1, X1.2, ..., Y8) lebih besar daripada nilai r-tabel yang ditetapkan sebesar 0,168 dengan tingkat kesalahan 10%.

Hasil validitas ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam kuesioner secara efektif mencerminkan konsep atau variabel yang ingin diukur. Dengan kata lain, indikator-indikator tersebut telah mendapatkan dukungan kuat dari responden dan secara konsisten mengukur variabel yang dimaksud.

Hasil uji validitas yang menghasilkan nilai r -hitung yang lebih besar dari nilai r -tabel menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan telah melalui proses validasi yang baik. Validitas kuesioner merupakan hal penting dalam penelitian karena menjamin bahwa alat pengukuran yang digunakan memang tepat dan relevan untuk mengukur variabel yang ingin diteliti.

Dengan demikian, hasil uji validitas ini memberikan keyakinan bahwa data yang diperoleh dari kuesioner dapat diandalkan dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis penelitian yang lebih lanjut.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan setelah melakukan Uji Validitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa kuesioner yang digunakan telah handal atau reliabel, dengan menunjukkan bahwasanya setiap jawaban dari responden akan konsisten dari waktu ke waktu. Berikut ini adalah Kriteria Pengujian :

- a Bila Nilai Cronbach's Alpha $>$ r tabel, Instrumen dikatakan Reliabel
- b Bila Nilai Cronbach's Alpha $<$ r tabel, Instrumen dikatakan tidak Reliabel

Nilai r tabel dari Jumlah Responden 97 dan tingkat kesalahan 10% yaitu 0,168.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	r tabel	Keterangan
Literasi Ekonomi (X1)	0,880	0,168	Reliabel
Layanan Dompot Digital (X2)	0,805	0,168	Reliabel
Layanan <i>Paylater</i> (X3)	0,961	0,168	Reliabel
<i>Mental Accounting</i> (X4)	0,807	0,168	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,868	0,168	Reliabel

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel atau skala dalam kuesioner telah Reliabel. Dengan hasil reliabilitas yang tinggi seperti ini, peneliti dapat memiliki keyakinan bahwa hasil kuesioner yang diperoleh akan akurat dan dapat diandalkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kuesioner yang reliabel juga akan memberikan hasil yang konsisten, sehingga memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis data dan membuat kesimpulan yang lebih kuat.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas menunjukkan apakah data tersebut normal atau tidak. Uji Kolmogorov-Smirnov merupakan nilai normal yang digunakan dalam penelitian ini yang mengasumsikan nilai signifikan dengan alpha 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 0,05 maka dapat disimpulkan data tidak berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari alpha 0,05 maka data berdistribusi normal.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Smirnov – Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		5.09822502
Most Extreme Differences	Absolute		.085
	Positive		.064
	Negative		-.085
Test Statistic			.085
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.078
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.080
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.073
		Upper Bound	.087
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> <p>d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.</p>			

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.13, data yang menunjukkan berdistribusinya secara normal yang ditunjukkan oleh nilai Signifikan $> 0,05$ yaitu 0,078. Maka data berdistribusi secara Normal.

4.2.2.2 Uji Multikoloniaritas

Dalam penelitian ini uji multikoloniaritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Uji multikoloniaritas dilakukan dengan melihat VIF (Variance Inflating Factor). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan/atau nilai tolerance $> 0,01$, berarti tidak terdapat gejala multikoloniaritas antara masing-masing variabel bebas dalam penelitian dan sebaliknya.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	9.314	5.027		1.853	.067			
	LITERASI EKONOMI	.192	.190	.116	1.011	.314	.619	1.616	
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.099	.219	.046	.453	.651	.795	1.257	
	LAYANAN PAYLATER	.384	.089	.427	4.307	<.001	.830	1.206	
	MENTAL ACCOUNTING	-.030	.317	-.010	-.095	.925	.703	1.422	

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.14, menunjukkan bahwa data Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap variabel dependen memiliki nilai yang kurang dari 10, dan nilai tolerance value pada setiap variabel independent lebih besar dari 0,01. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah kolerasi atau multikolinieritas pada setiap variabel independen.

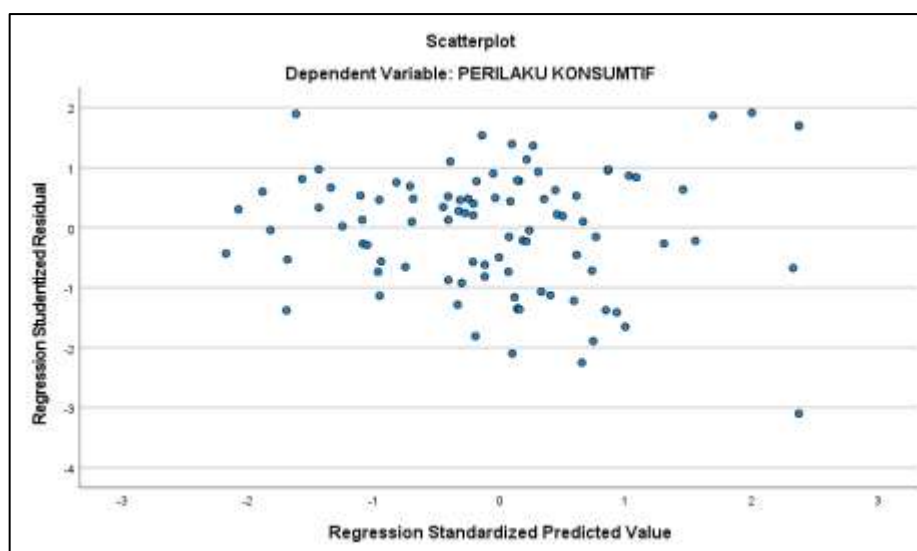
Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen dalam analisis tidak saling berkorelasi secara signifikan, sehingga tidak ada pengaruh berlebihan antar variabel independen yang dapat mempengaruhi hasil analisis secara negatif. Keadaan ini merupakan hal yang penting dalam analisis regresi atau model statistik lainnya, karena ketiadaan kolerasi atau multikolinieritas memastikan validitas dan keandalan hasil analisis.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji apakah terdapat penyimpangan dari persyaratan asumsi klasik. Dalam pengamatan ini untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik pada

Scatteplot, metode ini dapat mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan ciri – ciri apabila tidak terdapat pola yang jelas, titik – titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja dan titik – titik data menyebar diatas maupun dibawah angka nol maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan sebaliknya.

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas



(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.15, bahwasanya data diatas dapat dilihat bahwa titik – titik data tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik – titiknya menyebar diatas maupun dibawah angka nol tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah metode untuk mengukur kekuatan hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Metode ini menunjukkan arah hubungan antara variabel

independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.314	5.027		1.853	.067
	LITERASI EKONOMI	.192	.190	.116	1.011	.314
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.099	.219	.046	.453	.651
	LAYANAN PAYLATER	.384	.089	.427	4.307	<.001
	MENTAL ACCOUNTING	-.030	.317	-.010	-.095	.925

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.16, hasil analisis regresi linier berganda dengan variabel independent yaitu : Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4), serta Variabel Dependen Perilaku Konsumtif (Y), diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 9,314 + 0,192X_1 + 0,099X_2 + 0,384X_3 - 0,030X_4$$

Deskripsi dan Interpretasi dari persamaan regresi linier berganda di atas adalah sebagai berikut :

1. Konstanta (*Intercept*)

Nilai konstanta adalah 9.314 dengan nilai signifikansi 0.067. Sehingga ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen tidak ada/bernilai nol, maka "Perilaku Konsumtif" tetap bernilai positif 9.314.

2. Literasi Ekonomi

Literasi ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, tetapi pengaruhnya tidak signifikan secara statistik (0,192). Hal ini menunjukkan bahwa jika Literasi Ekonomi mengalami kenaikan maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa juga akan naik dengan Asumsi Variabel Layanan Dompot Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4) tidak ada perubahan atau tetap.

3. Layanan Dompot Digital

Layanan dompet digital memiliki pengaruh positif yang sangat kecil terhadap perilaku konsumtif dan tidak signifikan secara statistik (0,099). Hal ini menunjukkan bahwa jika Layanan Dompot Digital mengalami kenaikan maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa juga akan naik dengan Asumsi Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4) tidak ada perubahan atau tetap.

4. Layanan *Paylater*

Layanan *paylater* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti peningkatan penggunaan layanan *paylater* secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif (0,384). Hal ini menunjukkan bahwa jika Layanan *Paylater* mengalami kenaikan maka Perilaku Konsumtif Mahasiswa juga akan naik dengan Asumsi Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), dan *Mental Accounting* (X4) tidak ada perubahan atau tetap.

5. *Mental Accounting*

Mental accounting memiliki pengaruh negatif yang sangat kecil dan tidak signifikan secara statistik terhadap perilaku konsumtif (-0,030). Hal ini menunjukkan bahwa berpengaruh Negatif (Berlawanan Arah) antara Variabel *Mental Accounting* (X4) dan Perilaku Konsumtif (Y). Jika variabel *Mental Accounting* mengalami kenaikan, maka sebaliknya variabel Perilaku Konsumtif mengalami Penurunan. Asumsi Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), dan Layanan *Paylater* (X3) tidak ada perubahan atau tetap.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda di atas, dapat disimpulkan bahwa dari empat variabel independen yang diuji, hanya "Layanan *Paylater*" yang memiliki pengaruh signifikan terhadap "Perilaku Konsumtif". Sementara literasi ekonomi dan layanan dompot digital juga berkontribusi tetapi dalam skala yang lebih kecil. *Mental accounting*, meskipun penting untuk pengelolaan keuangan pribadi, tetapi memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dalam model ini.

4.2.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat. Nilai Koefisien Determinasi antara 0 (Nol) sampai 1 (Satu). Nilai koefisien determinasi yang kecil (mendekati angka 0) berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel

- variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.498 ^a	.248	.216	5.208	1.760
a. Predictors: (Constant), MENTAL ACCOUNTING, LAYANAN PAYLATER, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LITERASI EKONOMI					
b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF					

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.17, diperoleh persentase keragaman variabel Perilaku Konsumtif (Y) yang dapat dijelaskan oleh Variabel Literasi Ekonomi (X1), Layanan Dompot Digital (X2), Layanan *Paylater* (X3), dan *Mental Accounting* (X4) adalah 0,248 (24,8%). Sedangkan 0,752 (75,2%) sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh variabel independen (X) secara individual dalam menjelaskan variabel dependen (Y) dengan nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	Nilai Sig	Keterangan
Literasi Ekonomi	0,314	0,05	Tidak Berpengaruh
Layanan Dompot Digital	0,651	0,05	Tidak Berpengaruh
Layanan <i>Paylater</i>	0,000041	0,05	Berpengaruh
<i>Mental Accounting</i>	0,925	0,05	Tidak Berpengaruh

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.18, menunjukkan bahwasanya hasil dari uji parsial (uji t) yaitu : Nilai Sig Variabel Independen X1, X2, dan X4 $> 0,05$, yang berarti Variabel X1, X2, dan X4 Tidak ada Pengaruh secara Signifikan terhadap Variabel Dependen (Y). Sedangkan Nilai Sig X3 $< 0,05$, artinya variabel X3 (*Layanan Paylater*) memiliki Pengaruh secara Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

4.2.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh secara menyeluruh antara semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	Sig	Nilai Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0,000024	0,05	Berpengaruh

(Sumber : Data Primer, diolah 2024)

Berdasarkan Tabel 4.19, diperoleh hasil Uji Simultan (Uji F) untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y). Diperoleh Hasil Nilai Sig (0,000024) $< 0,05$, maka hipotesis Penelitian Berpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan, Variabel Independen (Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting*) secara bersama – sama berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel Dependen (Perilaku Konsumtif).

4.3 Interpretasi

4.3.1 Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, semakin besar kemungkinan mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Ini disebabkan karena individu dengan literasi ekonomi yang lebih tinggi memiliki pemahaman yang lebih baik tentang konsep keuangan dan ekonomi, yang dapat mendorong mereka untuk lebih bijak dalam manajemen perilaku konsumtif mereka.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Jannah (2019), yang menyatakan bahwa Literasi Ekonomi tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa dapat menjadi strategi efektif untuk mempengaruhi pola konsumsi dan membantu individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik.

4.3.2 Pengaruh Layanan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Layanan Dompot Digital tidak memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Penggunaan layanan dompet digital, seperti *e-wallet*, meskipun memudahkan transaksi dan mengelola keuangan, tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif individu dalam penelitian ini. Faktor lain

mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif dibandingkan penggunaan dompet digital.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Wijayanti, dkk (2023), yang menyatakan bahwa Penggunaan Dompet Digital tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Peningkatan adopsi teknologi finansial seperti dompet digital perlu diimbangi dengan edukasi mengenai pengelolaan keuangan yang bijak untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan.

4.3.3 Pengaruh Layanan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif

Layanan *Paylater* memiliki pengaruh positif yang signifikan atau memiliki pengaruh paling besar daripada variabel bebas lainnya terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin sering atau semakin intensif penggunaan layanan *paylater*, semakin besar kecenderungan perilaku konsumtif seseorang. Ini menunjukkan bahwa layanan *paylater* yang memungkinkan pengguna untuk membeli sekarang dan membayar nanti, dapat mendorong individu untuk lebih mudah dalam berbelanja secara berlebihan atau melakukan pembelian impulsif karena adanya kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh layanan *paylater*.

Penggunaan layanan *paylater* yang semakin meluas dapat secara signifikan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi. Dimana fasilitas ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses barang dan jasa tanpa harus membayar secara langsung, yang dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian yang mungkin tidak

mereka lakukan jika harus membayar di muka. Penyedia layanan *paylater* memiliki pengaruh besar dalam mendorong konsumsi dengan menawarkan fleksibilitas pembayaran, yang pada gilirannya dapat meningkatkan volume transaksi.

Berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan jawaban "Netral" (N) pada setiap pernyataan terkait Layanan *Paylater*, dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pandangan yang tidak ekstrem terhadap penggunaan layanan ini. Meskipun demikian, hasil regresi menunjukkan bahwa ketika responden menggunakan layanan *paylater*, ada peningkatan signifikan dalam perilaku konsumtif mereka.

Hasil temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun Mahasiswa akuntansi memiliki karakteristik khusus seperti : Ketelitian dan Akurasi, Pemahaman mendalam tentang Keuangan, Sistem Informasi Keuangan, dan Kesadaran Etika yang Tinggi. Pada kenyataannya, Mahasiswa Akuntansi masih dapat terpengaruh untuk melakukan perilaku konsumtif ketika mereka menggunakan layanan *paylater*. Hal ini di dukung oleh Indikator layanan *paylater*, seperti : Pertama, penyebab penggunaan layanan *paylater* menggambarkan faktor-faktor yang mendorong mahasiswa akuntansi untuk menggunakan layanan ini. Disebabkan adanya keterbatasan keuangan, kebutuhan mendesak tanpa uang tunai, atau kemudahan dalam berbelanja tanpa membayar secara langsung. Kedua, Kepuasan menggunakan Layanan *Paylater* yang mencerminkan sejauh

mana mahasiswa merasa puas dengan pengalaman mereka menggunakan Layanan *Paylater*. Tingkat kepuasan ini dipengaruhi oleh ketersediaan produk yang diinginkan, kecepatan dalam proses transaksi, dan kualitas layanan pelanggan. Ketiga, Kemudahan dalam Penggunaan Layanan *Paylater* yang merujuk pada persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan Layanan *Paylater* yang meliputi beberapa aspek seperti proses pendaftaran yang cepat, integrasi yang baik dengan aplikasi atau platform pembayaran, dan kejelasan syarat dan ketentuan penggunaan. Keempat, Kegemaran dalam Penggunaan Layanan *Paylater* yang menunjukkan preferensi atau tingkat kecenderungan mahasiswa untuk menggunakan Layanan *Paylater* dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kepraktisan, kecepatan, dan insentif-insetif seperti *cashback* yang ditawarkan. Kelima, Jaminan Keamanan adalah faktor kritis yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan Layanan *Paylater*. Mahasiswa akan cenderung memilih layanan yang menawarkan jaminan keamanan data dan transaksi yang tinggi, mengingat sensitivitas informasi pribadi dan keuangan mereka. Keenam, *Cashback* / memberikan insentif yang menarik bagi mahasiswa karena memberikan keuntungan tambahan atas penggunaan Layanan *Paylater*. Keberadaan *cashback* bisa menjadi faktor yang signifikan dalam meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan *Paylater*. Ketujuh, Kecepatan dalam transaksi Layanan *Paylater* memainkan peran penting dalam pengalaman

pengguna. Mahasiswa cenderung mencari solusi yang dapat menyelesaikan transaksi secara efisien dan cepat, sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Zasiroh (2023), yang menyatakan bahwa Layanan *Paylater* berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwasanya Penelitian Layanan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif memiliki Pengaruh yang signifikan.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa layanan *paylater* merupakan faktor yang sangat signifikan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan oleh layanan ini membuat konsumen lebih cenderung untuk berbelanja, karena mereka dapat menunda pembayaran hingga waktu yang lebih nyaman. Meskipun responden kuesioner mungkin menunjukkan pandangan netral terhadap layanan ini, data regresi mengungkapkan bahwa layanan *paylater* memiliki dampak yang kuat dalam mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai penggunaan yang bijak dari layanan *paylater* agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan dan potensi masalah keuangan di masa depan.

4.3.4 Pengaruh *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Mental Accounting* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, meskipun terdapat sedikit

peningkatan dalam perilaku konsumtif dengan peningkatan praktik *mental accounting*, pengaruhnya hampir tidak signifikan. Ini berarti bahwa penerapan *mental accounting* atau pengalokasian dana secara mental ke berbagai kategori (seperti tabungan, pengeluaran, investasi) tidak secara substansial mempengaruhi perilaku konsumtif individu.

Hasil ini menunjukkan bahwa praktik *mental accounting*, yang merupakan strategi pengelolaan keuangan dengan cara memisahkan penghasilan ke dalam berbagai "akun" mental, tidak memiliki dampak yang berarti terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Meskipun *mental accounting* dapat membantu dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik, praktik ini tidak secara langsung meningkatkan atau mengurangi kecenderungan konsumtif seseorang.

Hasil Penelitian ini Sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Hastari (2023), yang menyatakan bahwasanya *Mental Accounting* tidak memiliki Pengaruh yang Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil temuan dari penelitian ini yaitu *Mental Accounting* tidak memiliki Pengaruh secara Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

4.3.5 Pengaruh Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting* secara bersama-sama mempengaruhi Perilaku Konsumtif.

Dapat Disimpulkan bahwasanya Variabel Literasi Ekonomi X1, Layanan Dompot Digital X2, Layanan *Paylater* X3, dan *Mental Accounting*

X4 secara Simultan Berpengaruh secara Signifikan terhadap Variabel Perilaku Konsumtif Y. Meskipun beberapa variabel independen tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, kombinasi dari semua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif individu dipengaruhi oleh berbagai faktor secara bersamaan, dan interaksi antara literasi ekonomi, layanan digital, dan mental accounting memiliki peran penting dalam menentukan tingkat konsumtifitas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisis dan Temuan dari Penelitian ini, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi Ekonomi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Meskipun mahasiswa sudah paham tentang konsep kelangkaan, Pengelolaan Sumber Daya Produktif, Sistem Ekonomi, Sistem Tukar-menukar, Dampak dari Intensif Ekonomi, Fungsi Utama Pasar, dan Konsep Ekonomi Manajemen. Namun hal ini masih belum mampu untuk mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mereka.
2. Layanan Dompot Digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Meskipun layanan dompot digital memberikan Manfaat, Kemudahan, Keuntungan, Keamanan Data dan Kepercayaan dalam melakukan Transaksi. Namun hal ini masih belum mampu untuk mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi.
3. Layanan *Paylater* memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Layanan *Paylater* memberikan beberapa fasilitas bagi konsumen seperti : Layanan Pinjaman Online, Kepuasan, Kemudahan, Kegemaran, Jaminan Keamanan, *Cashback*, dan Kecepatan Proses. Hal tersebut dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi. Karena memungkinkan individu untuk melakukan pembelian tanpa harus membayar secara langsung. Fasilitas ini

membuat konsumen merasa lebih mudah untuk melakukan pembelian impulsif dan berbelanja di luar batas kemampuan mereka karena pembayaran dapat ditangguhkan.

4. *Mental Accounting* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. *Mental Accounting* melibatkan cara individu mengkategorikan dan memisahkan uang untuk berbagai tujuan, membedakan penghasilan dan bonus, membantu menghitung biaya pengeluaran bulanan. Namun, dalam konteks penelitian ini strategi pengelolaan keuangan pribadi melalui *mental accounting* tidak cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan.
5. Berdasarkan hasil Uji Hipotesis dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen (Literasi Ekonomi, Layanan Dompot Digital, Layanan *Paylater*, dan *Mental Accounting*) secara Simultan berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Meskipun beberapa variabel independen tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, kombinasi dari semua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh interaksi kompleks dari berbagai faktor. Literasi ekonomi dapat memberikan pemahaman dasar, layanan dompet digital menyediakan kemudahan, dan *mental accounting* membantu dalam pengelolaan keuangan, tetapi efek gabungan dari semua faktor ini lebih kuat dibandingkan pengaruh masing – masing variabel secara individual. Kombinasi dari kemudahan

akses teknologi, pemahaman keuangan, dan pengelolaan keuangan pribadi bersama – sama membentuk perilaku konsumtif individu.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini memiliki berbagai implikasi yang penting bagi berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan *fintech*, konsumen, dan peneliti masa depan. Dalam analisis berikut, akan dibahas implikasi dari temuan yang menunjukkan bahwa hanya layanan *paylater* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial, sementara variabel literasi ekonomi, layanan dompet digital, dan *mental accounting* tidak signifikan secara parsial tetapi memiliki pengaruh signifikan secara simultan. Berikut beberapa Implikasi yang dapat peneliti jelaskan :

1. Pentingnya Regulasi Layanan *Paylater*

Layanan *paylater* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan bahwa kemudahan kredit yang diberikan oleh layanan ini dapat mendorong perilaku konsumtif berlebihan. Pemerintah dan regulator perlu mengawasi dan mungkin memperketat aturan mengenai layanan *paylater* untuk memastikan bahwa pengguna tidak terjebak dalam utang yang tidak terkendali. Ini bisa mencakup pembatasan jumlah kredit yang bisa diberikan atau penetapan syarat dan ketentuan yang lebih ketat untuk penggunaan layanan ini.

2. Edukasi dan Literasi Keuangan

Meskipun literasi ekonomi tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, meningkatkan literasi keuangan tetap penting untuk memberikan dasar pengetahuan kepada masyarakat tentang pengelolaan keuangan yang baik. Pemerintah bisa meningkatkan program edukasi keuangan yang lebih praktis dan mudah dipahami untuk membantu individu memahami risiko dan manfaat dari produk keuangan digital.

3. Penelitian Lanjutan tentang Pengaruh Faktor Lain

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa variabel tidak berpengaruh signifikan secara parsial tetapi berpengaruh signifikan secara simultan. Peneliti selanjutnya perlu mengeksplorasi lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti budaya, psikologi, dan faktor sosial-ekonomi. Penelitian yang lebih mendalam dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana berbagai faktor berinteraksi dan mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini menyoroti kompleksitas pengaruh berbagai faktor terhadap perilaku konsumtif. Meskipun beberapa variabel tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial, pengaruh simultan dari semua variabel menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh interaksi kompleks dari berbagai faktor. Implikasi dari temuan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang holistik dan terintegrasi untuk

mengelola perilaku konsumtif, baik melalui regulasi, edukasi, inovasi produk, maupun kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, langkah-langkah yang lebih efektif dapat diambil untuk membantu individu mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diajukan untuk berbagai pihak terkait adalah sebagai berikut :

1. Untuk Pemerintah dan Lembaga Pendidikan

Pemerintah perlu memperketat regulasi terkait layanan paylater untuk mengontrol penggunaannya dan melindungi konsumen dari risiko perilaku konsumtif berlebihan. Peningkatan kampanye edukasi keuangan juga penting untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pengelolaan keuangan pribadi kepada masyarakat. Kebijakan perlindungan konsumen harus diperkuat untuk memastikan adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif dan perlindungan terhadap praktik bisnis yang tidak etis.

Lembaga pendidikan harus mengintegrasikan literasi keuangan ke dalam kurikulum pendidikan di semua tingkatan. Guru/dosen dan tenaga pengajar perlu diberikan pelatihan khusus mengenai literasi keuangan sehingga mereka dapat menyampaikan materi dengan efektif kepada siswa. Kerjasama dengan industri keuangan juga dapat

meningkatkan efektivitas program literasi keuangan melalui penyediaan sumber daya edukasi tambahan, seperti lokakarya, seminar, dan program magang.

2. Untuk Penyedia Layanan Keuangan Digital

Penyedia layanan keuangan digital harus memastikan bahwa semua informasi mengenai produk dan layanan mereka jelas dan mudah dipahami oleh konsumen. Mereka perlu mengembangkan fitur pengelolaan keuangan dalam aplikasi mereka, seperti pengingat pembayaran, alat untuk membuat anggaran, dan pelaporan pengeluaran, untuk membantu pengguna mengelola keuangan mereka dengan lebih baik. Strategi pemasaran harus dirancang dengan mempertimbangkan dampaknya terhadap perilaku konsumtif pengguna, menghindari promosi yang dapat mendorong perilaku konsumtif berlebihan. Selain itu, penyedia layanan harus menyediakan dukungan pelanggan yang responsif dan proaktif untuk membantu pengguna yang mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran atau memahami layanan yang mereka gunakan.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya perlu mengeksplorasi lebih lanjut tentang faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti faktor psikologis, sosial, dan budaya. Penelitian yang lebih mendalam dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana berbagai faktor berinteraksi dan mempengaruhi

perilaku konsumtif. Peneliti selanjutnya juga bisa menggunakan Variabel independent yang berbeda, seperti : Gaya Hidup, Uang Saku, Biaya UKT, dll. Studi longitudinal yang mengamati perubahan perilaku konsumtif dari waktu ke waktu juga sangat penting untuk memberikan wawasan yang lebih baik tentang dampak jangka panjang dari literasi ekonomi, layanan *fintech*, dan *mental accounting*. Menggunakan berbagai metode penelitian seperti studi kasus, wawancara mendalam, dan survei longitudinal dapat memberikan perspektif yang lebih holistik tentang pengaruh variabel-variabel ini terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lintas negara juga dapat membantu memahami bagaimana konteks budaya dan regulasi yang berbeda mempengaruhi perilaku konsumtif.

4. Untuk Masyarakat Umum

Masyarakat perlu meningkatkan pendidikan dan kesadaran diri tentang pengelolaan keuangan pribadi. Mereka harus mencari informasi dan belajar tentang risiko dan manfaat dari berbagai layanan keuangan digital, serta menggunakan berbagai alat pengelolaan keuangan untuk membantu mengelola pengeluaran dan membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Pengguna layanan keuangan digital harus bijak dan berhati-hati dalam menggunakan layanan seperti *paylater*, dengan mempertimbangkan kemampuan *financial* mereka dan memahami konsekuensi jangka panjang dari penggunaan kredit. Masyarakat juga harus aktif berpartisipasi dalam program literasi keuangan yang

diselenggarakan oleh pemerintah, lembaga pendidikan, atau organisasi non-profit, untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftika, (2021). *Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Shopee Paylater “Bayar Nanti” Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah*. UIN Raden Intan Lampung.
- Almas, (2019). *Pengaruh Financial Literacy, Pengendalian Diri, Teman Sebaya, dan Kondisi Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 2 BAE KUDUS*. Universitas Negeri Semarang.
- Darwin, dkk. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Kota Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Dewi, dkk. (2021). *Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol Diri*. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(01), 1-19.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Dude, dkk. (2022). *Pengaruh Penggunaan Paylater dan Flashsale terhadap Perilaku Impulse Buying pada Pengguna Shopee*. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 358-363.
- Fikri. (2021). *Pengaruh Penggunaan ShopeePay sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU*. *Jurnal Komunika*, 17(02), 1-11.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryana. (2017). *Pengaruh Mental Accounting dan Psychological factors terhadap Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Kartu Kredit*. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi*, 2(3), 553-571.
- Hastari. (2023). *Pengaruh Mental Accounting dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Komunitas Army Salatiga)*. Universitas Satya Wacana : Institutional Repository.
- Insana, & Johan. (2020). *Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas*

- Indraprasta PGRI. Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(2), 209-224.
- Jannah. (2019). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNESA. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 4(2), 117-124.
- Kanserina. (2015). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. UNDIKSHA*, 5(1).
- Kusniawati, M. A. (2016). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Konsumsi Siswa Kelas X Ips Sma Negeri 2 Tuban. Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 4(3), 3.
- Mubarokah, & Rita. (2020). *Anteseden Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211-220.
- Pulungan, & Febriaty. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Ramadhani, R. H. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Universitas Sumatera Utara Medan*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukwiaty, dkk. (2006). *Ekonomi SMA Kelas X*. Jakarta: Yudistira.
- Wahyuni, dkk. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Jurnal Benefia*, 4(3), 548-559.
- Winarno, & Wahyu Wing. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*, Edisi empat. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yusri. (2021). *PAYLATER DAN KAUM MILENIAL (Studi Perubahan Sosial Pola Konsumtif Kaum Milenial)*. Skripsi Universitas Lampung.
- Zasiroh. (2023). *Layanan Dompot Digital, Layanan Paylater, dan Perilaku Konsumtif: Mental Accounting sebagai Variabel Moderasi*. Universitas Kristen Satya Wacana.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN 1**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL,
LAYANAN PAYLATER, DAN MENTAL ACCOUNTING TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Pada Program Studi Akuntansi

Disusun Oleh :

REVI YULI MARISKA

NIM : 20104715

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA
JEMBER**

2024

KUISIONER PENELITIAN

**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL,
LAYANAN *PAYLATER*, DAN *MENTAL ACCOUNTING* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI
AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya memohon kesediaannya untuk mengisi daftar KUESIONER yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi pada Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis ITS Mandala Jember dengan judul “**PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LAYANAN *PAYLATER*, DAN *MENTAL ACCOUNTING* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER**”. Informasi ini merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian data penelitian. Atas bantuan Saudara/i saya ucapkan terimakasih.

A. Petunjuk Penelitian

1. Jawablah setiap pertanyaan ini sesuai dengan pendapat Saudara/i
2. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pertanyaan dengan memberi tanda **Checklist** (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i. Adapun makna dari alternatif jawaban adalah sebagai berikut:

KODE	KETERANGAN	SKOR
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

B. Identitas Responden

DATA IDENTITAS RESPONDEN

Sebelum mengisi kuesioner, dimohon untuk memberikan data – data dibawah ini :

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Alamat :

No. Hp :

Asal Instansi/Universitas :

Semester :

Program Studi (S1/D4) :

C. Pertanyaan – pertanyaan

PERTANYAAN PENELITIAN**KUESIONER DARI LITERASI EKONOMI**

No.	Literasi Ekonomi (X1)	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya Paham mengenai Konsep Kelangkaan dalam Ekonomi					
2.	Saya memahami cara Pengelolaan Sumber Daya Produktif					
3.	Saya memahami Sistem Ekonomi					
4.	Saya memahami Konsep Tukar – Menukar					
5.	Saya memahami dampak dari Insentif Ekonomi					
6.	Saya memahami Fungsi Utama dari Pasar					
7.	Saya memahami Konsep Ekonomi Manajemen					
Kotte and Witt (1995 : 163)						

KUESIONER DARI LAYANAN DOMPET DIGITAL

No.	Layanan Dompset Digital (X2)	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasakan manfaat dari menggunakan dompet digital dalam kehidupan sehari-hari					
2.	Saya merasa bahwa dompet digital memberikan keuntungan lebih dibandingkan metode pembayaran tradisional (tunai atau kartu)					
3.	Saya merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan dompet digital (misalnya : pembayaran, transfer uang)					

4.	Saya mempercayai keamanan data pribadi saya ketika menggunakan dompet digital					
5.	Saya merasa bahwa layanan dompet digital yang saya gunakan terpercaya dalam hal melindungi transaksi keuangan saya					
Dewi, dkk (2021)						

KUESIONER DARI LAYANAN *PAYLATER*

No.	Layanan <i>Paylater</i> (X3)	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mempunyai alasan kuat dalam menggunakan layanan <i>paylater</i>					
2.	Saya merasa Puas dengan layanan <i>paylater</i> yang saya gunakan					
3.	Saya merasakan kemudahan dalam menggunakan layanan <i>paylater</i>					
4.	Saya memiliki kegemaran menggunakan layanan <i>paylater</i>					
5.	Saya mempercayai keamanan data pribadi saya saat menggunakan layanan <i>Paylater</i>					
6.	Saya sering menerima <i>Cashback</i> saat penggunaan layanan <i>Paylater</i>					
7.	Saya merasakan Kecepatan Proses persetujuan dan Penggunaan Layanan <i>paylater</i>					
Aftika, (2021)						

KUESIONER DARI *MENTAL ACCOUNTING*

No.	<i>Mental Accounting</i> (X4)	Pilihan
-----	-------------------------------	---------

		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memahami cara mengalokasikan penghasilan ke beberapa akun					
2.	Saya mampu memperlakukan secara berbeda pada penghasilan dan bonus					
3.	Saya selalu Menghitung biaya yang harus dikeluarkan dari uang bulanan					
Mubarokah, (2020)						

KUESIONER DARI PERILAKU KONSUMTIF

No.	Perilaku Konsumtif (Y)	Pilihan				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya Membeli produk karena ada iming – imingnya hadiah					
2.	Saya Membeli produk karena kemasannya menarik					
3.	Saya Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi					
4.	Saya Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunannya)					
5.	Saya Membeli produk karena menjaga symbol status					
6.	Saya Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan					
7.	Saya memiliki persepsi bahwa ketika Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal maka akan menimbulkan rasa percaya diri yang Tinggi					
8.	Saya Tertarik untuk mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)					
Wahyuni, (2019)						

Hasil dari kuesioner ini dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya, dan dapat digunakan untuk kepentingan peneliti sebagai tambahan informasi dalam penyelesaian Skripsi.

Jember, 2024

(.....)

LAMPIRAN 2**DATA IDENTITAS RESPONDEN**

No	Nama Lengkap	Semester	Prodi	Asal Instansi	Jenis Kelamin	Umu r	Alamat
1	Moch.Shobirin	4	S1	ITS MANDALA	Laki-laki	21	Sumbersari
2	Yuliyangraini	8	S1	UNEJ	Perempuan	22	Gebang, Patrang
3	Qoriatul Fitri Hasanah	6	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	21	Situbondo
4	Misbakhul Anwar	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	20	Kabupaten Pasuruan
5	Annisa Ramadhaniar	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	19	Kaliwates
6	Yayuk Eka Wahyuni	6	S1	ITS MANDALA	Perempuan	21	Mundurejo, Umbulsari
7	Nita Ulin Nuha	4	S1	ITS MANDALA	Perempuan	20	Gumukmas Jember
8	Hilqi Dahlia	8	S1	ITS MANDALA	Perempuan	21	Situbondo
9	Fiki Firmansyah	4	S1	ITS MANDALA	Laki-laki	20	Darsono Arjasa Jember
10	Ayu Fitrianingtyas	6	D4	POLITEKNIK NEGERI JEMBER	Perempuan	21	Mayangan, Gumukmas, Jember
11	Tri Handono Sianturi	6	S1	UNMUH JEMBER	Laki-laki	21	Banyuwangi
12	Ahmad Jailani	4	S1	ITS MANDALA	Laki-laki	21	Jl Wahid Hasyim, Jember
13	M. Hasan Ramdani	4	S1	ITS MANDALA	Laki-laki	20	Sukosari, Sukowono, Jember
14	Aldi Areksa Ginastiar	6	S1	UNMUH JEMBER	Laki-laki	21	Bondowoso
15	Astrid Dea Rashida	8	S1	UNEJ	Perempuan	21	Jln Mastrip Gang 4 9A
16	Muhammad Anwarul Putra	8	S1	UNMUH JEMBER	Laki-laki	22	Karangrejo Yosowilangun Lumajang
17	Ummy Risalah	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	21	Banyuglugur Situbondo
18	Takbiratul Hasanah	8	S1	UNEJ	Perempuan	21	Rambipuji, Jember
19	Ahmad Nurdiansyah	8	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Talangsari
20	Wimpi Agung Nugraha	8	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Jalan Tidar Jember
21	Anisaul Fadila	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Jember
22	Nisrina Zahrotun Aulia	4	S1	UNEJ	Perempuan	19	Jl. Kalimantan X No. 130

23	Ayong Kelana Yudha	6	S1	UNEJ	Laki-laki	20	Jl Kalimantan V
24	Dian Navi Syahuda	2	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	19	Lumajang
25	Putri Eva Ardianti	2	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	19	Perum Milenia Blok C4 No 14
26	Fayi Elfa Al Mahdi	4	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Jl. Letjend Soeprapto Xiv
27	Ayu Dwi Aprilia	2	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	19	Jln. Ajisaka
28	Bagus Darmawan Putra	8	S1	UNMUH JEMBER	Laki-laki	23	Jl. Imam Bonjol Gg Imam Syafi'i No 63
29	Moh. Ghaza Al-Ghifari	8	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Jl. Kalimantan X No. 94b
30	Anggita Wahidayah Sari	2	S1	UNEJ	Perempuan	19	Jember
31	Leny Septianingrum	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	23	Paleran Umbulsari Jember
32	Mochammad Suryo Kencono	8	S1	UNEJ	Laki-laki	23	Perumahan Bumi Este Muktisari Blok O 12
33	Agil	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	23	Jenggawah
34	Roma Azizah	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	20	Probolinggo
35	Shinta Indira Maulida	2	S1	UNEJ	Perempuan	20	Jl. Gatot Subroto Kradenan, Kota Pasuruan
36	Anggara Zhilda Pradita	2	S1	UNEJ	Perempuan	18	Jember
37	Fira Dwi Febriyanti	8	S1	UNEJ	Perempuan	22	Jl. Teuku Umar
38	Rasheeda Sabriya	2	S1	UNEJ	Perempuan	19	Jl. Brantas V No. 2 Sumpersari, Kabupaten Jember
39	Amir	2	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	20	Situbondo
40	Jasmine Diva Fia R	6	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempuan	21	Perumahan Muktisari
41	Ingka Falentina	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	23	Kalirejo, Sumbermalang, Situbondo
42	Muhammad Maulana Rizqi	2	S1	ITS MANDALA	Laki-laki	20	Jalan Nias 2 No.5

							Sumbersari Jember
43	Najwa Alifa Hamdah	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	19	Jl. Batu Raden No. 47c, Kec. Sumber Sari Kab. Jember
44	Kuny Mufida	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	19	Kos Putri Cendana, Jalan Riau Sumbersari
45	Muis Zainul Abidin	4	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Laki-laki	21	Banyuwangi
46	Indah Meilana	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	23	Pancakarya Ajung Jember
47	Risa Habibatul Ma'rufah	4	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	20	Banyuwangi
48	Siti Aisyah	4	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	20	Jl.S.Parman Nomor 15 Gang Duku , Sumbersari, Jember
49	Mutiara Rafsya Asyraf	8	S1	UNEJ	Perempua n	23	Jalan Sumatra 135
50	Argenda Gilang	8	S1	UNEJ	Laki-laki	21	Driyorejo, Gresik
51	Lathifatul Azizah Putri	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	19	Jln.Letjend Pandjaitan, Sadengan Blok B, Sumbersari
52	Gregoria Srirosa	8	S1	UNEJ	Perempua n	21	Situbondo
53	Nandita Amelia	2	S1	UNEJ	Perempua n	19	Perum Taman Bambu
54	Carissa Sasikirana Andria Ramadhan	4	S1	UNEJ	Perempua n	20	Jln Jawa 2b
55	Firdha Faizzatul Hotimah	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	20	Jl.Diponegoro , Candijati Arjasa Jember
56	Sara Maulina Putri	2	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	20	Banyuwangi
57	Muhammad Nopiyansah	6	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	20	Maesan
58	Nailul Izza Anggita Putri	2	S1	UNEJ	Perempua n	20	Jl Mastrip, Sumbersari
59	Nilatul Ilmi	6	S1	UNEJ	Perempua n	21	Jember
60	Tantri Maehap Sari	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	20	Ambulu

61	Putri Rahmawati	4	S1	UNEJ	Perempuan	20	Jalan Jawa Vi, No. 21
62	Abdul Wafi	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	19	Situbondo
63	Savio Nahrul Azzaiyyin Hiasrofi	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	21	Banyuwangi
64	Qiqi Zakiyah Aniyah	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	20	Curahkalong, Bangsalsari, Jember
65	Riska Jannah Fauziah	6	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	21	Dusun Gumuk Banji
66	Candra Dewi Ratringsari	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	21	Jl.Cendrawasih Gg.Teratai Ajung Jember
67	Shinta Yuniar	6	S1	UNEJ	Perempuan	21	Jl Merpari Kreongan Atas, Jember
68	Tiara Agustin Sekarsari	6	S1	ITS MANDALA	Perempuan	23	Jl. Rasamala 2/18, Baratan, Patrang
69	Dicka Rizki Hermansyah	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	20	Kajarharjo-Kalibaru - Banyuwangi
70	Muhammad Dimas Hud Alfian	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	20	Dusun Sumber Gebang, Langkap, Bangsalsari
71	Siti Hotimatul Hosnia	6	S1	UNEJ	Perempuan	21	Situbondo
72	Lailatul Maghfiroh	6	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	21	Mangaran Ajung
73	Andrian Putra Ade Pratama	4	D4	POLITEKNIK NEGERI JEMBER	Laki-laki	21	Perumahan Bumi Mangli Permai Aa 10
74	Nailah Cahaya Putri	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Ambulu
75	Fereza Nur Imamah	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Bondowoso
76	Elisa Nadi Wahyuni	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempuan	22	Probolinggo
77	Agnes Aprilia Ekaristi	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Situbondo
78	Dila Adelia Frasinta	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Tempurejo
79	Feby Dinda Puspita	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	23	Jln. Karimata Iv, Sumpersari, Jember
80	Anisaul Fadila Sandi	8	S1	UNMUH JEMBER	Perempuan	22	Jember
81	Taufikurohman	8	S1	UIN KHAS JEMBER	Laki-laki	21	Bondowoso

82	Fia	6	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	21	Bondowoso
83	Desy Puspita Arum	6	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	21	Banyuwangi
84	Yolinda Deliana Br Sembiring	4	S1	UNEJ	Perempua n	21	Jl Jawa 4
85	Jihan Shinta	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	21	-
86	Tia Firnanda	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	19	Jl.Mastrip
87	Slamet Wibisono	6	S1	UNEJ	Laki-laki	21	Segunung, Dlanggu, Mojokerto
88	Nur Roviqoh	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	20	Kaliputih, Kembiritan, Genteng, Banyuwangi
89	Maulidia Hasim	4	S1	UIN KHAS JEMBER	Perempua n	22	Bondowoso
90	Adelia Eka Puspita Ansori	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Perempua n	19	Jl Mt Haryono
91	Imam Saiful Anwar	2	D4	POLITEKNI K NEGERI JEMBER	Laki-laki	19	Gumukmas
92	Tegar Bayu Prakoso	8	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Rt 06 Rw 01 Kebaman Srono Banyuwangi
93	Sisca Aprilia Wardani	8	S1	UNEJ	Perempua n	22	Puger Kabupaten Jember
94	Edwina Latifah Rahmanto	4	S1	UNEJ	Perempua n	24	Perum. Permai 2 Tegal Besar
95	Rifka Surya Ramadhani	8	S1	UNEJ	Perempua n	22	Banyuwangi
96	Muhammad Ali Fakih	4	S1	UNEJ	Laki-laki	19	Jl. Semeru
97	Muhammad Ali Ridha	8	S1	UNEJ	Laki-laki	22	Jalan Kalimantan X

DATA JAWABAN KUESIONER

N o.	X 1. 1	X 1. 2	X 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 1. 6	X 1. 7	X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3	X 2. 4	X 2. 5	X 3. 1	X 3. 2	X 3. 3	X 3. 4	X 3. 5	X 3. 6	X 3. 7	X 4. 1	X 4. 2	X 4. 3	Y .1	Y .2	Y .3	Y .4	Y .5	Y .6	Y .7	Y .8
1	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	3	3	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	1	3	3	1	3	1	3	4	4	5	2	3	1	3	3	2	1	4
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4
7	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4
8	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	4	4	4	4	4	5	3	5	2	3	3	2	2	1	1	1	1	3	2	1	3	2	3	5	4	2	4	2
10	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	3	4	3	5	4	3	2	3	4	5
11	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	1	2	2	2	4	4	5	2	4	2	2	2	3	2	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	1	1	4	1	1	1	3	3
14	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	4
15	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3
16	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
17	3	4	4	4	2	4	3	5	5	5	4	5	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3
18	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4

1 9	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	5	2	4	5	5
2 0	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	5
2 1	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	2	2	3	3	2	3	3	2
2 2	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2
2 3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	3	1	1	1	3	2	2	4	4
2 4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	2	4	4	5	4
2 5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	5
2 6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	2	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4
2 7	3	3	4	4	2	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	2	4	1	3	3	2	1	3
2 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2 9	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	1	4	5	4	5	2	4	2	3	3	4	5	4
3 0	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	4	3	3	4	3	4	3	4
3 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3 2	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	4	2	4
3 3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	2	1	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2
3 4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4

35	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	5	1	1	1	1	2	1	2	3	4	5	3	3	2	4	2	2	2	1	
36	3	4	3	3	3	4	4	5	3	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
37	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	5	2	3	2	3	2	2	3	3	
38	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	
39	3	3	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	3	
40	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	5	1	2	2	4	
41	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	3	2	2	
42	3	3	4	4	3	4	3	5	5	5	3	3	1	2	2	2	2	2	2	4	4	5	3	4	2	2	2	3	3	5	
43	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2	4	4	4	3	4	1	4	3	1	2	4	
44	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	2	3	2	2	2	2	
45	2	4	4	5	3	4	5	5	2	5	3	4	2	2	2	1	1	2	4	5	4	5	2	1	3	5	2	2	5	2	
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	
47	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	5	3	2	5	5	
48	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	4	2	2	1	2	1	2	
49	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	4	
50	5	5	5	5	2	5	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	5	2	1	1	4	1	3	2	4

5 1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	2	3	3	2	2	3	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3
5 2	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4
5 3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	4	3
5 4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	2	2	3	4
5 5	4	3	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	2	4	2	4	2	3	4	4
5 6	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	1	3	1	1	1	2	2	3
5 7	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3
5 8	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
5 9	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4
6 0	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	5	4	3	3	4	2	4	3	3	4	3
6 1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	2	3	2	4	2	2	3	3
6 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6 3	4	4	4	4	3	5	3	5	5	5	3	4	3	3	4	1	2	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4
6 4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3
6 5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	5	3	4	3	3
6 6	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	4	3	4	4	2	3	3	4	5	4	5	2	3	2	2	2	3	2	3

67	3	4	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3
68	3	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	3	3	4	2	3	3	3	4	5	5	3	3	2	3	2	3	3	3
69	4	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
71	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	4	3	1	5	1	1	1
72	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	4	3	1	4	2	2	2	2
73	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	1	1	2	1	2	4	5	4	4	2	1	5	2	2	2	1
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
76	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
81	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	2	5	3	4	4	5	5	3	3	3	4	1	2	2	2
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

8 3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	4	3	5	3	3	3	3
8 4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	2	4	4
8 5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
8 6	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	4	2	3	5	5	3	3	4	5	5	4	5	3	3	2	5
8 7	2	3	2	4	2	3	2	4	3	4	4	4	2	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	4	4
8 8	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	3	3	1	3	3	3	4	5	4	2	4	2	2	2	2	3	4
8 9	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	1	3	1	2	1	3	1	3
9 0	4	3	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	2	3	5	4	5	2	3	1	3	2	2	3	3
9 1	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	3	4	5	3	3	1	2	2	3	2	3
9 2	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	1	3	3	1	3	3	3	5	4	5	1	2	2	1	2	2	3	4
9 3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	1	1	1	5
9 4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	2	1	5	5	5	5	5
9 5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
9 6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9 7	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

Statistics						
		SEMESTER	PROGRAM STUDI	PERGURUAN TINGGI	JENIS KELAMIN	UMUR
N	Valid	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		5.36	1.87		1.33	20.82
Std. Error of Mean		.234	.035		.048	.129
Median		6.00	2.00		1.00	21.00
Mode		8	2		1	21
Std. Deviation		2.301	.342		.473	1.275
Variance		5.296	.117		.223	1.625
Range		6	1		1	6
Minimum		2	1		1	18
Maximum		8	2		2	24

SEMESTER

SEMESTER					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	19	19.6	19.6	19.6
	4	27	27.8	27.8	47.4
	6	17	17.5	17.5	64.9
	8	34	35.1	35.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

PROGRAM STUDI

PROGRAM STUDI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D4	13	13.4	13.4	13.4
	S1	84	86.6	86.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

PERGURUAN TINGGI

PERGURUAN TINGGI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ITS MANDALA	9	9.3	9.3	9.3
	POLITEKNIK NEGERI JEMBER	13	13.4	13.4	22.7
	UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER	29	29.9	29.9	52.6
	UNIVERSITAS JEMBER	33	34.0	34.0	86.6
	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER	13	13.4	13.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEREMPUAN	65	67.0	67.0	67.0
	LAKI-LAKI	32	33.0	33.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

UMUR

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	1.0	1.0	1.0
	19	16	16.5	16.5	17.5
	20	22	22.7	22.7	40.2
	21	29	29.9	29.9	70.1
	22	19	19.6	19.6	89.7
	23	9	9.3	9.3	99.0
	24	1	1.0	1.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

DATA JAWABAN RESPONDEN
LITERASI EKONOMI (X1)

		Statistics						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.92	3.92	4.02	4.19	3.75	4.26	3.96
Std. Error of Mean		.071	.063	.066	.061	.076	.064	.070
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.702	.624	.645	.601	.750	.634	.691
Variance		.493	.389	.416	.361	.563	.402	.477
Range		3	2	3	3	3	3	3
Minimum		2	3	2	2	2	2	2
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		380	380	390	406	364	413	384

LAYANAN DOMPET DIGITAL (X2)

		Statistics				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.55	4.04	4.53	3.78	4.09
Std. Error of Mean		.067	.088	.057	.082	.070
Median		5.00	4.00	5.00	4.00	4.00
Mode		5	5	5	4	4
Std. Deviation		.662	.865	.561	.807	.693
Variance		.438	.748	.314	.651	.481
Range		3	3	2	3	3
Minimum		2	2	3	2	2
Maximum		5	5	5	5	5
Sum		441	392	439	367	397

LAYANAN PAYLATER (X3)

		Statistics						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.03	3.11	3.18	2.71	3.07	2.96	3.10
Std. Error of Mean		.110	.105	.106	.113	.096	.105	.103
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Mode		3	3	3	3	3	3	3
Std. Deviation		1.084	1.030	1.041	1.118	.949	1.030	1.015
Variance		1.176	1.060	1.084	1.249	.901	1.061	1.031
Range		4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5
Sum		294	302	308	263	298	287	301

MENTAL ACCOUNTING X4

		Statistics		
		X4.1	X4.2	X4.3
N	Valid	97	97	97
	Missing	0	0	0
Mean		3.97	3.92	4.13
Std. Error of Mean		.074	.080	.085
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.728	.786	.837
Variance		.530	.618	.701
Range		3	4	4
Minimum		2	1	1
Maximum		5	5	5
Sum		385	380	401

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

		Statistics							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
N	Valid	97	97	97	97	97	97	97	97
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		2.94	3.26	2.67	3.44	2.69	2.88	3.19	3.48
Std. Error of Mean		.104	.096	.113	.109	.100	.096	.110	.098
Median		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	4.00
Mode		3	3	2 ^a	3 ^a	3	3	4	4
Std. Deviation		1.029	.950	1.115	1.070	.983	.949	1.083	.969
Variance		1.059	.902	1.244	1.145	.966	.901	1.174	.940
Range		4	4	4	4	4	4	4	4
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5
Sum		285	316	259	334	261	279	309	338

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

UJI VALIDITAS

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.579**	.625**	.358**	.534**	.516**	.508**	.777**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.579**	1	.600**	.486**	.446**	.555**	.524**	.776**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.625**	.600**	1	.608**	.549**	.522**	.539**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.358**	.486**	.608**	1	.449**	.584**	.370**	.706**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.534**	.446**	.549**	.449**	1	.333**	.583**	.743**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.516**	.555**	.522**	.584**	.333**	1	.572**	.753**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.508**	.524**	.539**	.370**	.583**	.572**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X1	Pearson Correlation	.777**	.776**	.827**	.706**	.743**	.753**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.543**	.706**	.263**	.365**	.733**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.009	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.543**	1	.578**	.446**	.428**	.811**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.706**	.578**	1	.254*	.382**	.735**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.012	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.263**	.446**	.254*	1	.688**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.009	<.001	.012		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.365**	.428**	.382**	.688**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97
X2	Pearson Correlation	.733**	.811**	.735**	.731**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.883**	.835**	.790**	.757**	.701**	.773**	.911**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.883**	1	.876**	.780**	.791**	.771**	.836**	.941**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.835**	.876**	1	.733**	.809**	.736**	.850**	.924**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.790**	.780**	.733**	1	.786**	.713**	.733**	.880**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.757**	.791**	.809**	.786**	1	.674**	.792**	.886**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.6	Pearson Correlation	.701**	.771**	.736**	.713**	.674**	1	.801**	.855**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.7	Pearson Correlation	.773**	.836**	.850**	.733**	.792**	.801**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97
X3	Pearson Correlation	.911**	.941**	.924**	.880**	.886**	.855**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.669**	.502**	.837**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	97	97	97	97
X4.2	Pearson Correlation	.669**	1	.587**	.882**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97
X4.3	Pearson Correlation	.502**	.587**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	97	97	97	97
X4	Pearson Correlation	.837**	.882**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations										
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.571**	.563**	.517**	.537**	.515**	.338**	.239*	.742**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	.018	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.571**	1	.504**	.214*	.510**	.498**	.257*	.383**	.672**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	.035	<,001	<,001	.011	<,001	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.563**	.504**	1	.237*	.666**	.532**	.594**	.352**	.777**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		.019	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.517**	.214*	.237*	1	.429**	.331**	.315**	.243*	.575**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.035	.019		<,001	<,001	.002	.017	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.537**	.510**	.666**	.429**	1	.707**	.661**	.443**	.857**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	.515**	.498**	.532**	.331**	.707**	1	.570**	.519**	.801**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.7	Pearson Correlation	.338**	.257*	.594**	.315**	.661**	.570**	1	.449**	.731**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.011	<,001	.002	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.8	Pearson Correlation	.239*	.383**	.352**	.243*	.443**	.519**	.449**	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.018	<,001	<,001	.017	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y	Pearson Correlation	.742**	.672**	.777**	.575**	.857**	.801**	.731**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	7

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	5

X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.961	7

X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	3

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	8

UJI NORMALITAS (KOLMOGROV)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		97	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	5.09822502	
Most Extreme Differences	Absolute	.085	
	Positive	.064	
	Negative	-.085	
Test Statistic		.085	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.078	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.080	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.073
		Upper Bound	.087
<p>a. Test distribution is Normal.</p> <p>b. Calculated from data.</p> <p>c. Lilliefors Significance Correction.</p> <p>d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.</p>			

UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.314	5.027		1.853	.067		
	LITERASI EKONOMI	.192	.190	.116	1.011	.314	.619	1.616
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.099	.219	.046	.453	.651	.795	1.257
	LAYANAN PAYLATER	.384	.089	.427	4.307	<.001	.830	1.206
	MENTAL ACCOUNTING	-.030	.317	-.010	-.095	.925	.703	1.422

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

UJI HETEROSKEDASTISITAS (UJI GLEDJER)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.748	2.620		-1.430	.156
	LITERASI EKONOMI	.170	.099	.207	1.718	.089
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.006	.114	.005	.051	.960
	LAYANAN PAYLATER	.120	.046	.270	2.588	.011
	MENTAL ACCOUNTING	.039	.165	.027	.238	.812

a. Dependent Variable: ABSRES

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.498 ^a	.248	.216	5.208	1.760

a. Predictors: (Constant), MENTAL ACCOUNTING, LAYANAN PAYLATER, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LITERASI EKONOMI

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.314	5.027		1.853	.067
	LITERASI EKONOMI	.192	.190	.116	1.011	.314
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.099	.219	.046	.453	.651
	LAYANAN PAYLATER	.384	.089	.427	4.307	<.001
	MENTAL ACCOUNTING	-.030	.317	-.010	-.095	.925

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

UJI HIPOTESIS

UJI f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	824.819	4	206.205	7.603	<,001 ^b
	Residual	2495.222	92	27.122		
	Total	3320.041	96			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), MENTAL ACCOUNTING, LAYANAN PAYLATER, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LITERASI EKONOMI

UJI t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.314	5.027		1.853	.067
	LITERASI EKONOMI	.192	.190	.116	1.011	.314
	LAYANAN DOMPET DIGITAL	.099	.219	.046	.453	.651
	LAYANAN PAYLATER	.384	.089	.427	4.307	<,001
	MENTAL ACCOUNTING	-.030	.317	-.010	-.095	.925

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

NAMA : Peri Ali
 NIM : 20104715
 JURUSAN : AKUNTANSI
 JUDUL : PENGARUH LITERASI EKONOMI, LAYANAN DOMPET DIGITAL, LAYANAN PAYLATER, DAN MENTAL ACCOUNTING TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUNTANSI DI PERGURUAN TINGGI KABUPATEN JEMBER

No	PENGUJI	REVISI	KETERANGAN
1.	Ruqiyah	Perbaiki Poin Gubahan pada di akhir	 Ruqiyah
2	Lia Rachmawati	- Latar Belakang - Keterkaitan antar Paragraf - Interpretasi	
3.	Agustm	Perbaikan pembahasan dengan penambahan karakteristik nilai akuntansi	 Ace 17/2024



JEMBERSU
 KAPRODI MANAJEMEN AKUNTANSI/EK.PEMBANGUNAN/D3