

The Effect of Using GoPay Digital Wallet On Consumptive Behavior Of Bandung State Polytechnic Students

Pengaruh Penggunaan Dompot Digital GoPay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung

Putri Regina Maharani

Politeknik Negeri Bandung

Email: putri.regina.abs420@polban.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the use of digital wallets on the consumer behavior of students. This study was conducted at the Bandung State Polytechnic (Polban with a total of 110 respondents from engineering and non-engineering majors, both who have or are still using the GoPay digital wallet. This study used descriptive analysis, validity test, reliability test, correlation test, and simple regression. Data collection techniques through questionnaires with the media in the form of Google Forms that are distributed through social media and directly to respondents who meet the criteria. Based on the results of the research, it was obtained that 16.7% of consumptive behavior was influenced by the use of GoPay digital wallets, while 83.3% of consumptive behavior was influenced by other variables that were not discussed in this study. The results of this study show that the influence of the use of GoPay digital wallet on the consumptive behavior of Polban students is relatively low.

Keywords: digital wallet, gopay, consumptive behavior

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian dilakukan di Politeknik Negeri Bandung (Polban), Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 110 mahasiswa dari jurusan teknik dan non-teknik, baik yang pernah atau masih menggunakan dompet digital GoPay. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi dan regresi sederhana. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan media berupa G-Form yang disebarakan melalui media sosial dan langsung kepada responden yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian sebesar 16.7% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital GoPay, sedangkan sebesar 83.3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan dompet digital GoPay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Polban terbilang rendah.

Kata Kunci: dompet digital, gopay, perilaku konsumtif

Received: 03.05.2023

Accepted: 28.12.2023

DOI: 10.61242/ijabo.23.273

JEL Classifications: L29, L84



License

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

LATAR BELAKANG

Di zaman saat ini (2023) perkembangan teknologi telah berkembang secara pesat dan meluas sehingga mempengaruhi kehidupan manusia. Kehidupan manusia dipermudah dengan adanya teknologi dan menjadikan manusia tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Negara Indonesia telah mengalami perkembangan teknologi yaitu di bidang ekonomi, perkembangan tersebut yaitu telah memasuki era ekonomi digital (Sitinjak 2019). Kegiatan perdagangan pun sudah memanfaatkan internet sehingga komunikasi, transaksi dan pengiriman antar penjual dan pembeli telah dilakukan secara online. Pembelian yang dilakukan masyarakat baik secara offline dan online, pembayarannya dapat dilakukan tanpa menggunakan uang tunai (Kumala and Mutia 2020). Salah satu produk teknologi dalam sektor keuangan adalah dompet digital atau dompet elektronik (*E-Wallet*).

Dompet digital atau yang sering disebut dengan e-wallet adalah sebuah layanan pembayaran yang dioperasikan dibawah regulasi keuangan dan dilakukan melalui perangkat mobile yang terhubung pada internet (Faridhal 2019). Dompet digital adalah dompet yang terhubung dengan sebuah server dalam bentuk aplikasi smartphone yang menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik (Diva, et al., 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dompet digital adalah mata uang digital yang dalam proses penggunaannya membutuhkan sebuah koneksi internet terlebih dahulu dengan server penerbit. Dengan adanya dompet memberikan keuntungan seperti kemudahan, menghemat waktu, kenyamanan dan aksesibilitas penggunaan yang cepat dalam berbelanja.

Berdasarkan artikel yang diunggah oleh (Kompas 2022), GoPay pun menempati posisi pertama sebagai dompet digital pilihan Gen Z dalam ajang Youth Choice Award (YCA) 2022. Gen Z merupakan seseorang yang lahir pada periode 1995 – 2010 sehingga mahasiswa merupakan bagian dari Gen Z dan menjadi konsumen GoPay. GoPay merupakan metode pembayaran yang disediakan oleh perusahaan Gojek. GoPay memberikan kemudahan dengan menjadikan dompet digital serba bisa dan cepat, dimulai dari membayar restoran atau supermarket, belanja online di Tokopedia, membayar games dan hiburan, membayar tagihan bulanan dan membayar semua layanan Gojek seperti GoFood, GoRide/GoCar, dan lain-lain. Dari adanya kemudahan tersebut dapat mendorong mahasiswa untuk menjadi lebih konsumtif atau bahkan bisa saja tidak konsumtif selagi bijak dalam mengatur atau mengelola keuangannya.

Perilaku konsumtif menggambarkan kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh seluruh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Lestarina et al. 2017). Terdapat tiga aspek perilaku konsumtif yaitu : 1) pembelian impulsif, 2) pembelian berlebihan, 3) pembelian tidak rasional (Lestarina et al. 2017). Perilaku konsumtif dalam menggunakan pembayaran dompet digital GoPay dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan pola konsumsi atau kebutuhan untuk memenuhi gaya hidup seperti dalam membeli makanan, pakaian, perawatan dan kecantikan, travelling, nongkrong dan lain sebagainya.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah penggunaan dompet digital GoPay memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa POLBAN. Peneliti menggunakan lingkup Politeknik Negeri Bandung untuk kepraktisan dalam mengambil data.

TINJAUAN PUSTAKA

Dompot Digital

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, dompet digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan sebuah data instrumen pembayaran melalui server penerbit, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran. Dompot digital adalah suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik (Hakim, Rahman, and Syafii 2022). Hal ini tidak membutuhkan sebuah kartu, hanya menggunakan smartphone yang tentunya dapat dibawa kemana dan dimanapun oleh masyarakat digunakan untuk bertransaksi. Dalam dunia bisnis, secara garis besar terdapat dua jenis model pembayaran yang disediakan oleh pelaku usaha, yaitu dengan kode OTP dan QR Code yang dapat memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran (Diva et al. 2020).

Berdasarkan definisi diatas mengenai dompet digital maka dapat disimpulkan bahwa dompet digital adalah suatu aplikasi yang terkoneksi oleh internet yang menyimpan nominal uang elektronik untuk digunakan sebagai transaksi sehari-hari dengan disediakan fitur scan QR Code untuk mempermudah pembayaran.

Menurut Daulay et al., (2020) terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna dompet digital, dari yang tertinggi pengaruhnya hingga yang terendah pengaruhnya yaitu:

- a. *Ease of Use*. Kemudahan yang didapat oleh para pengguna dalam menggunakan aplikasi dompet digital dan menjadi satu keharusan agar para penyedia jasa layanan atau perusahaan dapat memiliki daya saing yang tinggi dengan kompetitor.
- b. *Benefit*. Keuntungan yang didapat oleh para pengguna dalam menggunakan dompet digital. Keuntungan yang biasa didapat oleh para pengguna dompet digital biasanya seperti diskon, gratis ongkir, *cash back*, hal tersebut bisa memotivasi para pengguna agar beralih ke *cashless* atau tanpa uang tunai.
- c. *Trust*. Kepercayaan yang diberikan berupa penilaian pengguna setelah memperoleh, memproses dan menggunakan dan memberikan penilaian serta anggapan.
- d. *Self-Efficacy*. Kemampuan pengguna untuk melakukan sendiri atau kemandirian dalam menggunakan dompet digital.

Terdapat kelebihan dan kekurangan dari dompet digital sebagai berikut (Silalahi et al. 2022):

- a. Kelebihan Dompot Digital
 - 1) Mudah dan aman. Sistem *cashless* memungkinkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa membawa atau memakai uang tunai, akan tetapi dapat menggunakan kartu debit atau aplikasi e-wallet yang lebih praktis dibanding membawa dompet. Menggunakan e-wallet lebih aman dari segi fisik karena handphone lebih sering dijaga dalam menggunakannya.
 - 2) Transaksi tercatat dengan baik. Transaksi yang telah dilakukan akan tercatat dalam database sehingga pengguna dapat melacak riwayat transaksi dengan mudah dan akurat.

- 3) Meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembayaran. Pelacak biaya. Menggunakan dompet digital lebih efisien karena ketika ingin melakukan pembayaran tidak perlu menyediakan uang tunai hingga membuat dompet terlihat menjadi lebih tebal dan memakan ruang dalam tas. Selain itu menghemat waktu karena lebih cepat dan dapat membayar dengan uang atau nominal yang pas.
 - 4) Hadiah. Memberikan penawaran kepada para pengguna seperti promosi, diskon dan cashback. Hadiah tersebut merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik minat pengguna. Dari strategi tersebut pun masyarakat akan merasa lebih diuntungkan dan beralih untuk menggunakan dompet digital.
- b. Kekurangan Dompet Digital
- 1) Menjadi Konsumtif. Ketika banyaknya hadiah seperti promo, diskon dan cashback menarik yang ditawarkan akan membuat pengguna menjadi lebih konsumtif terlebih sifatnya yang fleksibel yang artinya pengguna dapat secara leluasa melakukan berbagai jenis transaksi di mana pun dan kapan pun secara mudah dan efisien.
 - 2) Adanya biaya transaksi tambahan. Dompet digital biasanya menambahkan biaya tambahan administrasi untuk setiap transaksinya. Jumlah nominal biaya tambahan yang dikenakan ke pengguna akan berbeda-beda dengan aplikasi dompet digital yang digunakan. Contoh biaya tambahan seperti admin dan pajak.
 - 3) Merchant partner terbatas. Belum banyak merchant yang dapat melakukan transaksi secara digital. Biasanya karena minimnya infrastruktur yang mendukung seperti jaringan internet, ponsel.
 - 4) Saldo dompet digital tidak dapat ditarik kembali. Beberapa platform aplikasi dompet digital tidak menyediakan layanan pencairan saldo pada dompet digitalnya dengan alasan agar uang yang telah dimasukkan dalam dompet digital dipergunakan untuk belanja oleh penggunanya.

GoPay

Gojek merupakan perusahaan teknologi yang berasal dari Indonesia yang merupakan jasa angkutan melalui ojek. PT. Gojek Indonesia menjadi salah satu karya anak bangsa yang berdiri pada tahun 2010 di Jakarta-Indonesia yang didirikan oleh Nadiem Makarim. Layanan produk yang diberikan Gojek terdiri atas *transport & logistic*, pembayaran, pesan makan & belanja, hiburan, hingga bisnis. Dalam berbelanja tentunya membutuhkan layanan pembayaran yang mudah digunakan, gampang dan aman. Salah satu layanan pembayaran yang disediakan Gojek adalah GoPay. GoPay merupakan metode pembayaran yang disediakan oleh perusahaan Gojek. GoPay adalah dompet digital berupa saldo yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang serba bisa. Mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan rekan usaha, hingga mengirim atau menerima uang dengan mudah (GoPay n.d.).

Untuk menghemat waktu pengguna bisa belanja online dengan pembayaran menggunakan GoPay seperti belanja online pada *E-commerce*, bahkan pembayaran untuk layanan kesehatan, donasi dan investasi. Pada layanan games dan hiburan pun dapat berlangganan aplikasi seperti youtube premium, viu, spotify dan netflix bahkan membeli

diamond atau bayar streaming. Bayar tagihan seperti listrik, air hingga bayar sekolah pun. Dan tentunya dapat membayar semua layanan Gojek seperti GoFood, GoCar/GoRide, GoSend dan layanan Gojek lainnya yang praktis pakai GoPay.

Para pengguna dapat melakukan *top up* saldo GoPay di berbagai minimarket dan ATM yang bekerja sama dengan GoPay. Setiap top up saldo GoPay tentu memiliki biaya admin dan minimal transfer sebesar Rp. 1000 dan Rp. 0. Para pengguna juga dapat membeli belanja semua kebutuhan sekarang akan tetapi dibayar nanti menggunakan Go Pay Later. Go Pay Later merupakan metode pembayaran yang bagian dari GoTo Financial. GoPay juga berkolaborasi dengan Bank Jago sehingga memudahkan para pengguna untuk membayar aneka layanan tanpa perlu top up dan dapat mengatur pengeluaran.

GoPay pun telah menjamin bahwa dalam bertransaksi menggunakan GoPay akan aman dan bebas khawatir. GoPay berusaha untuk memberikan layanan yang terbaik kepada para pengguna seperti memberikan perlindungan data berlapis, GoPay berkomitmen untuk melindungi data dan saldo pengguna dengan sistem keamanan terbaik di kelasnya seperti biometrik, sidik jari, sertifikasi internasional ISO 27001, kode OTP dan PIN. GoPay juga memberikan layanan pelanggan 24/7 serta memberikan jaminan saldo Kembali jika pengguna kehilangan saldo karena penyalahgunaan akun di luar kendali.

Berdasarkan artikel (Duit 2021) terdapat kelebihan dan kekurangan GoPay tersebut sebagai berikut:

a. Kelebihan

- 1) Memiliki layanan transaksi beragam. Dapat memilih dan menikmati berbagai macam layanan transport dan logistic, pembayaran, pesan makan dan belanja, hiburan, hingga bisnis.
- 2) Layanan transaksi 24 jam. Menikmati kemudahan transaksi selama 24 jam di mana pun dan kapan pun selagi smartphone terhubung ke internet.
- 3) Beragam promo menarik. Promo yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek dengan metode pembayaran GoPay beragam seperti diskon, gratis ongkir, dan cash back.
- 4) Keamanan terjamin. Memberikan perlindungan data berlapis untuk menjamin dan melindungi kerahasiaan data.

b. Kekurangan

GoPay memiliki sedikit kekurangan karena keterbatasan, keterbatasan yang dimaksud ialah GoPay hanya bisa diakses di aplikasi Gojek. Tidak seperti E-wallet Ovo atau Dana yang aplikasinya terpisah dari aplikasi yang terhubung atau bekerja sama. Namun dibalik kekurangan tersebut, GoPay tetap memiliki kelebihan yang cukup baik sehingga melengkapi kebutuhan pengguna GoPay.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen adalah sebuah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk pada proses keputusan yang mendahului dan mengikuti (Mathew, 2021). Selain itu perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan oleh individu ketika mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau membuang barang dan jasa. Penyedia jasa dapat mencapai tujuannya apabila dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, selain itu mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara yang lebih efisien dibanding pesaing (Nurfadilah 2021; Efawati and Juhandi, 2020).

Dari pernyataan tersebut maka perilaku konsumen adalah tindakan individu dalam proses pembelian suatu produk atau jasa yang kemudian dikonsumsi dan dihabiskan serta mendapatkan pengalaman dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Perilaku konsumtif adalah sikap membeli barang secara berlebihan dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan memenuhi hasrat semata bukan untuk sebuah kebutuhan yang dapat menyebabkan pemborosan diri (Yuliawan & Subakti 2022). Sedangkan menurut (Oktafikasari & Mahmud 2017) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosiologis di dalam kehidupannya yang dituntut untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau pemborosan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang diperlukan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan individu dalam mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan hanya untuk memenuhi hasrat keinginan tanpa memperhatikan nilai guna atau kebutuhan prioritasnya.

Terdapat aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah sebagai berikut (Lestarina et al. 2017) :

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*). Menunjukkan sikap seseorang berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesat, tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan bersifat emosional. Individu yang impulsif mendapatkan stimulus pembelian yang spontan dan daftar belanja yang lebih terbuka (Azzahra and Nursholehah 2021).
- b. Pembelian Boros (*Wasteful Buying*). Menghamburkan banyak dana tanpa menyadari adanya kebutuhan yang lebih jelas dan memiliki dampak yang negatif.
- c. Pembelian Tidak Rasional (*Non-Rational Buying*). Melakukan pembelian karena untuk mencari kesenangan semata, kesenangan yang dicari adalah kenyamanan fisik di mana akan merasa senang dan nyaman ketika seseorang memakai barang yang dapat membuatnya terlihat bagus dan *trendy*.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari hasil yang dilakukan antara lain (Rohman 2021):

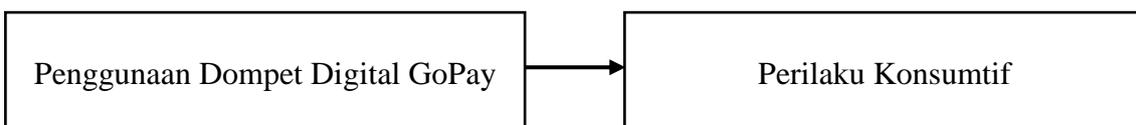
- a. Faktor Internal
 - 1) Pengalaman belanja. Pengalaman yang didasarkan oleh pengalaman pribadi, teman dan orang lain untuk melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi online Gojek.
 - 2) Gaya Hidup. Ketertarikan terhadap produk yang membuat masyarakat tidak ingin ketinggalan zaman.
 - 3) Motivasi. Menjadi alasan dalam berbelanja online dan karena produk yang dijual lebih cepat *up to date* sebelum dipasarkan di toko *offline*.
- b. Faktor Eksternal
 - 1) Lingkungan. Lingkungan fisik, sosial, waktu, suasana dan kondisi menjadi pengaruh terhadap perilaku konsumtif dan mahasiswa membeli produk barang atau jasa untuk menjaga penampilan dan gengsi untuk diterima di lingkungannya.
 - 2) Iklan. Iklan yang ditampilkan secara kreatif dan menarik di berbagai sosial media bahkan aplikasi berbelanja online seperti Gojek menawarkan diskon besar-besaran sehingga menjadi faktor perilaku konsumtif.

Terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut (Astuti 2013):

- a. Membeli produk karena hadiah. Membeli barang atau jasa karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasan menarik. Membeli barang atau jasa karena produk dibungkus secara rapi, menarik, kreatif sehingga mempengaruhi individu untuk membeli produk.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Setiap konsumen memiliki ciri khas dalam berpakaian dan berdandan sehingga membeli produk untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga. Konsumen berperilaku yang ditandakan karena adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap mewah.
- e. Membeli produk untuk menjaga symbol status. Membeli produk untuk menunjang sifat eksklusif dengan harga yang mahal dan terkesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.
- f. Memakai produk untuk unsur konformitas terhadap idol/model yang mengiklankan. Konsumen cenderung mencoba dan meniru idol/model yang diidolkannya dalam bentuk menggunakan sesuatu yang dipakai oleh idol/modelnya.
- g. Menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen terdorong untuk mencoba suatu produk karena percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis atau berbeda. Konsumen cenderung menggunakan produk yang sama dengan merek yang berbeda dari produk yang sebelum digunakan atau menggunakan produk yang berbeda tetapi merek sama, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

Kerangka Penelitian

Penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas yaitu penggunaan dompet digital GoPay dan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna dompet digital, dari yang tertinggi pengaruhnya hingga yang terendah pengaruhnya yaitu: *ease of use, benefit, trust, dan self-efficacy* (Daulay et al. 2020). Dengan adanya faktor tersebut bisa saja dapat mempengaruhi kepada perilaku konsumtif masyarakat terlebih mahasiswa POLBAN. Perilaku konsumtif memiliki banyak indikator seperti membeli produk hanya karena iming-iming hadiah hingga hanya karena tidak ingin ketinggalan zaman sehingga membeli lebih dari dua produk sejenis namun berbeda merek.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini terbagi menjadi dua variabel yaitu variabel X mengenai penggunaan dompet digital GoPay dan variabel Y mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Bandung yang pernah menggunakan atau masih menggunakan GoPay dengan total sampel sebanyak 110 responden dari jurusan teknik dan nonteknik. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan penyebaran kuesioner menggunakan media Google Form yang disebarakan melalui sosial media dan terjun langsung ke lapangan, Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif dengan analisis uji korelasi dan regresi sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Tabel 1: Demografi Responden

Keterangan	Demografi	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	71	64.5%
	Perempuan	39	35.5%
Angkatan	2019	10	9.1%
	2020	66	60%
	2021	17	15.5%
	2022	17	15.5%
Jurusan	Teknik Sipil	4	3.6%
	Teknik Mesin	7	6.4%
	Teknik Refrigerasi dan Tata Udara	5	4.5%
	Teknik Konversi Energi	5	4.5%
	Teknik Elektro	4	3.6%
	Teknik Komputer dan Informatika	5	4.5%
	Teknik Kimia	61	55.5%
	Administrasi Niaga	8	7.3%
	Akuntansi	7	6.4%
	Bahasa Inggris		
Uang Saku Perbulan	Kurang dari Rp. 500.000	12	10.9%
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	83	75.5%
	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	12	10.9%
	Lebih dari Rp. 2.000.000	3	2.7%
Menggunakan aplikasi GoPay	Ya	110	100%
	Tidak	0	0
Frekuensi menjadi pengguna GoPay	Kurang dari 1 bulan	6	5.5%
	1 bulan - 6 bulan	12	10.9%
	6 bulan - 12 bulan	15	13.6%
	Lebih dari 12 bulan	77	70%
Frekuensi bertransaksi dengan GoPay dalam waktu 1 bulan	1 - 5 kali	83	75.5%
	6 - 10 kali	21	19.1%
	Lebih dari 10 kali	6	5.5%
Layanan yang sering digunakan saat bertransaksi dengan GoPay	GoRide	76	69.1%
	GoCar	25	22.7%
	GoFood	103	93.6%
	GoSend	22	20%
	GoMart	8	7.3%
	GoTagihan	20	18.2%
	Pembayaran QRIS	7	6.3%
	Gotix	1	0.9%
	Pembayaran indomaret/alfamart	2	1.8%

	Transaksi belanja online di Tokopedia	3	2.7%
	Pembayaran lain	2	1.8%

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada uji validitas, instrumen penelitian dapat dinyatakan valid jika setiap item pertanyaan pada kuesioner terdapat kesesuaian antara konsep yang dibuat dengan data-data empirik dan dinyatakan valid apabila korelasi item dengan total item > 0.3 (Chaniago, et al., 2023).

Tabel 2: Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Nilai Korelasi	Keterangan
Penggunaan Dompot Digital GoPay (X)	X1	0.746	Valid
	X2	0.707	Valid
	X3	0.752	Valid
	X4	0.694	Valid
	X5	0.673	Valid
	X6	0.711	Valid
	X7	0.686	Valid
	X8	0.842	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.368	Valid
	Y2	0.730	Valid
	Y3	0.776	Valid
	Y4	0.840	Valid
	Y5	0.909	Valid
	Y6	0.669	Valid
	Y7	0.649	Valid
	Y8	0.620	Valid
	Y9	0.572	Valid
	Y10	0.730	Valid
	Y11	0.652	Valid
	Y12	0.806	Valid
	Y13	0.842	Valid
	Y14	0.809	Valid

Hasil Analisis Deskriptif

Tabel 3: Analisis Deskriptif Variabel X

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	110	2	5	4.55	.685
X2	110	3	5	4.49	.674
X3	110	3	5	4.61	.637
X4	110	2	5	4.23	.630
X5	110	1	5	3.67	.910
X6	110	1	5	4.39	.779
X7	110	1	5	3.90	.856
X8	110	2	5	4.21	.679
Valid N (listwise)	110			4.25	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel X (penggunaan dompet digital) memiliki nilai paling rendah 1 dan nilai tertinggi 5. Nilai rata-rata dari keseluruhan

sebesar 4.25, dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.61 dengan tingkat standar deviasi datanya sebesar 0.637 sedangkan nilai rata-rata paling rendah sebesar 3.67 dengan tingkat standar deviasi datanya sebesar 0.910.

Tabel 4: Analisis Deskriptif Variabel Y

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	110	1	5	4.25	.943
Y2	110	1	5	3.67	1.015
Y3	110	1	5	3.01	1.027
Y4	110	1	5	3.18	.997
Y5	110	1	5	2.80	1.255
Y6	110	1	5	3.24	1.091
Y7	110	1	5	3.95	1.091
Y8	110	1	5	3.05	1.136
Y9	110	1	5	3.45	1.254
Y10	110	1	5	3.22	1.112
Y11	110	1	5	3.70	1.201
Y12	110	1	5	2.67	1.076
Y13	110	1	5	3.72	1.166
Y14	110	1	5	3.40	1.243
Valid N (listwise)	110			3.37	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel Y (perilaku konsumtif) memiliki nilai paling rendah 1 dan nilai tertinggi 5. Nilai rata-rata dari keseluruhan sebesar 3.37, dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.25 dengan tingkat standar deviasi datanya sebesar 0.943 sedangkan nilai rata-rata paling rendah sebesar 2.67 dengan tingkat standar deviasi datanya sebesar 1.076.

Hasil Analisis Korelasi

Tabel 5: Analisis Korelasi

		Dompot Digital GOPAY	Perilaku Konsumtif
Dompot Digital GOPAY (X)	Pearson Correlation	1	.409**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	110	110
Perilaku Konsumtif (Y)	Pearson Correlation	.409**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	110	110

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

Berdasarkan data dan hasil pengolahan dengan menggunakan metode korelasi, memberikan gambaran bahwa nilai Pearson Correlation antara penggunaan dompet digital dengan perilaku konsumtif memiliki korelasi sebesar 0.409 dengan total responden sebanyak 110 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa angka tersebut menunjukkan adanya korelasi antara penggunaan dompet digital GoPay dengan perilaku konsumtif sebesar 40.9%. Menurut Gursida and Harmon (2017) berdasarkan klasifikasi korelasi antar variabel penelitian, nilai koefisien sebesar 0,4 s/d < 0,6 menunjukkan klasifikasi sedang/normal/biasa.

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Tabel 6: Analisis Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.409 ^a	.167	.160	11.003	.167	21.729	1	108	.000

a. Predictors: (Constant), Dompot Digital GOPAY

Nilai $r_{square} > 0.67$ dikategorikan kuat dan nilai $r_{square} < 0.33$ dikategorikan lemah. Berdasarkan data dan hasil pengolahan dengan menggunakan metode regresi sederhana, terbukti bahwa terdapat pengaruh penggunaan dompet digital GoPay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dengan nilai r_{square} sebesar 0.167. Maka dapat disimpulkan bahwa, angka tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 16.7% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital GoPay, sedangkan sebesar 83.3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital GoPay terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung dengan sampel sebanyak 110 responden. Selain itu, berdasarkan data demografi yang diambil dari hasil kuesioner dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa Politeknik Negeri Bandung telah menjadi pengguna GoPay lebih dari 12 bulan (70%) dengan frekuensi penggunaan dompet digital GoPay selama 1 bulan sebanyak 1-5 kali (75.5%) yang digunakan untuk membayar belanja GoFood (93.6%) dengan uang saku Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 (75.5%). Berdasarkan penelitian ini dinyatakan bahwa penggunaan dompet digital GoPay berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung menggunakan dompet digital GoPay karena adanya kemudahan, keuntungan, kepercayaan dan kemampuan dalam menggunakannya (Daulay et al. 2020). Hal inipun didukung karena GoPay memiliki layanan transaksi yang beragam dan 24 jam serta jaminan keamanan.

Faktor-faktor tersebut akhirnya memberikan dampak kepada mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk menjadi konsumtif sebab layanan di GoPay menawarkan banyak hadiah dan promo selain itu konsumtif dipengaruhi karena mahasiswa membeli sebuah produk yang dikemas dengan menarik, untuk menjaga penampilan, membeli tanpa pertimbangan harga, untuk menunjukkan simbol status, tergiur oleh idol/model yang mengiklankan, menimbulkan rasa percaya yang tinggi dan ingin mencoba hal baru seperti membeli dua produk yang sejenis atau berbeda namun dengan merek yang sama (Astuti 2013).

Penelitian yang dilakukan terhadap 110 responden menunjukkan bahwa penggunaan dompet digital GoPay memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai r_{square} sebesar 0.167. Meskipun nilai $r_{square} < 0.33$ dikategorikan lemah akan tetapi korelasi yang positif dan signifikan memiliki arti bahwa terdapat keterkaitan antara penggunaan dompet digital GoPay dengan perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung.

Pada penelitian ini nilai signifikansi sebesar 0.000 yang menunjukkan signifikan memenuhi syarat < 0.05 , yang mana terdapat pengaruh yang signifikan antara

penggunaan dompet digital sebagai variabel X dengan perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung sebagai variabel Y. Nilai Pearson Correlation pada penelitian ini sebesar 0.409 atau sebesar 40.9% sehingga terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara penggunaan dompet digital GoPay dengan perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. Nilai koefisien sebesar 0,4 s/d < 0,6 menunjukkan bahwa klasifikasi korelasi penelitian ini dikatakan sedang/normal/biasa. Berdasarkan metode regresi sederhana pada penelitian ini dihasilkan bahwa sebanyak 16.7% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh penggunaan dompet digital GoPay, sedangkan sebesar 83.3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital GoPay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa POLBAN dengan sampel sebanyak 110 responden. Penelitian ini dinyatakan bahwa penggunaan dompet digital GoPay berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa POLBAN.

Penelitian ini menghasilkan bahwa sebesar 16.7% penggunaan dompet digital GoPay memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa POLBAN. Sedangkan sebesar 83.3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Persentase sebesar 16.7% dompet digital GoPay berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa POLBAN karena GoPay menawarkan kemudahan, keuntungan, kepercayaan dan kemampuan mahasiswa POLBAN dalam menggunakan GoPay.

Persentase sebesar 83.3% perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga hal tersebut memberikan tantangan dan peluang besar bagi peneliti untuk mencari tahu variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa POLBAN selain penggunaan dompet digital GoPay.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Endang Dwi. 2013. "Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 1(2):79–83. doi: 10.30872/psikoborneo.v1i2.3285.
- Azzahra, Latifah, and Nabilah Nursholehah. 2021. "The Effect of Using Celebrity Endorser on Consumer Impulse Buying Behavior." *International Journal Administration, Business and Organization* 3(2):70–82.
- Chaniago, Harmon., Muharam, Hari., Efawati, Yen. (2023). *Metode Riset Bisnis dan Permodelan. Bandung: Edukasi Riset Digital, PT*
- Daulay, Denni Irawan, Gita Alfiyanna, Indah Anggraeni, Reny Aurora Sitohang, and Teddy Simatupang. 2020. "Faktor Penentu Penggunaan Dompet Digital Pada Konsumen Di Daerah Jabodetabek." *Indonesian Business Review* 3(1):76–102. doi: 10.21632/ibr.3.1.76-102.
- Diva, Nada., Rembulan, Rizki, and Firmansyah, Egi Arvian. 2020. "Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompet Digital." *Valid Jurnal Ilmiah* 17(2):111.
- Duit, Make. 2021. "Kelebihan Dan Kekurangan Aplikasi GoPay." Retrieved April 3, 2023 (<https://www.makeduit.com/2021/09/kelebihan-dan-kekurangan-aplikasi-go-pay.html>).
- Faridhal, Mazaya. 2019. "Analisis Transaksi Pembayaran Nontunai Melalui E-Wallet: Perspektif Dari Modifikasi Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2."
- GoPay. n.d. "GoPay: Uang Elektronik / Dompet Digital Terbaik Di Indonesia." Retrieved April 3, 2023 (<https://gopay.co.id/>).
- Hakim, Sukma Hayati, Arif Rahman, and M. Syafii. 2022. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Sumatera Utara." *Owner* 6(2):1171–83. doi: 10.33395/owner.v6i2.566.
- Kompas. 2022. "Survei Youth Choice Award 2022 Sebutkan, Gen Z Pilih GoPay." *Kompas*. Retrieved April 3, 2023 (https://www.kompas.id/baca/adv_post/survei-youth-choice-award-2022-sebutkan).

- gen-z-pilih-gopay).
- Kumala, Irna, and Intan Mutia. 2020. "Pemanfaatan Aplikasi DOMPET Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa." *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)* 64–69.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. 2017. "Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja." *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2(2):1–6. doi: 10.29210/3003210000.
- Mathew, Alan. 2021. "International Journal Administration , Business & Organization." *International Journal Administration, Business & Organization* 2(1):2.
- Nurfadilah, Salsa Dewi. 2021. "Analisis Faktor Perubahan Perilaku Konsumen E-Commerce Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Pada Konsumen Shopee Di Kota Sukabumi) Analysis Of Changes in E-Commerce Consumer Behavior During The Coronavirus Pandemic (Study on Shopee Consumer in Sukabumi)." *International Journal Administration, Business and Organization (IJABO)* / 2(1):17.
- Oktafikasari, Eva, and Amir Mahmud. 2017. "Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif." *Economic Education Analysis Journal* 3(1):684–97.
- Rohman, Septhara Adhityo. 2021. "Analisis Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Oleh Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Bandung Raya Selama Masa Pandemi Covid-19." Bandung State Polytechnic Students.
- Silalahi, Purnama Ramadani, Rindi Safira, Zsasa Aulia Hubara, and Eka Purnama Sari. 2022. "Pengaruh Dompert Digital Terhadap Budaya Belanja Individu Di Kota Medan." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 10(2):869–78. doi: 10.37676/ekombis.v10i2.2673.
- Sitinjak, Tony. 2019. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay." *Jurnal Manajemen* 8(2):27–39.
- Yen Efawati & Nanang Juhandi Hermawan. (2020). Making Sense Of The "Product Attributes" Trends: A Review Of Consumers Drink Choice Behavior And Industry Implications. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1(2), 28-37. <https://doi.org/10.61242/ijabo.20.35>
- Yuliawan, Bonowati Azelia Putri, and Ganjar Eka Subakti. 2022. "Pengaruh Fenomena Korean Wave (K-Pop Dan K-Drama) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemarnya Perspektif Islam." *Jurnal Penelitian Keislaman* 18(01):35–48.