

**MINAT PENGGUNAAN E-WALLET: DETERMINAN DAN
DAMPAKNYA PADA PERILAKU KONSUMTIF**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: M. Fatchul Wahab Amrulloh

No. Mahasiswa: 20312480

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2023

**MINAT PENGGUNAAN E-WALLET: DETERMINAN DAN
DAMPAKNYA PADA PERILAKU KONSUMTIF**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: M. Fatchul Wahab Amrulloh

No. Mahasiswa: 20312480

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Februari 2024

Penulis,



(M. Fatchul Wahab Amrulloh)

**MINAT PENGGUNAAN E-WALLET: DETERMINAN DAN
DAMPAKNYA PADA PERILAKU KONSUMTIF**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: M. Fatchul Wahab Amrulloh

No. Mahasiswa: 20312480

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada 20 Februari 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Erna Hidayah', written over a horizontal line.

Dosen Pembimbing,

(Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Paradiwedja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fb@uii.ac.id
W. fb.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Genap 2023/2024, hari Rabu, tanggal 06 Maret 2024, Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi yang disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD FATCHUL WAHAB AMRULLOH
NIM : 20312480
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PERSEPSI E-WALLET TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA MELALUI MINAT PENGGUNAAN
Dosen Pembimbing : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir (Skripsi) tersebut dinyatakan:

Lulus

Nilai : A-
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.
Anggota Tim : Hadri Kusuma, Prof., MBA., Ph.D

Yogyakarta, 14 March 2024

Ketua Program Studi Akuntansi,



Prof. Rifoqi Muhammad, SE., SH., M.Sc., Ph.D., SA/
NIK. 033120104

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, Alm. Papa dan Mama yang senantiasa mendoakan, mendukung, memberi semangat dan selalu bekerja keras untuk saya. Kepada keluarga, teman dan juga kekasih saya yang telah menemani dan membantu selama proses pengerjaan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam tak lupa pula penulis junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman yang telah membawa dan menyebarkan ajaran Islam sebagai rahmatan lil' alamin. Penelitian berjudul "MINAT PENGGUNAAN E-WALLET: DETERMINAN DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU KONSUMTIF" dibuat sebagai bagian dari penyelesaian tugas akhir, yaitu skripsi, sebagai persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Program Strata 1 (S1) di program studi Akuntansi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Proses penyusunan skripsi ini tak dapat dipisahkan dari kontribusi dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Alm. papa dan mama yang senantiasa mendukung dalam segala hal baik material dan nonmaterial, kasih sayang serta doa yang tiada henti untuk penulis hingga pengerjaan skripsi ini selesai.
2. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si, Ph.D, CfrA., CIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

4. Ibu Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat sabar dan telah membantu banyak, memberikan masukan, arahan serta motivasi hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Hardianing Wahyu Kinasih, M. Herdito Wahyu Pamungkas, serta M. Halim Wafdulloh selaku keluarga yang telah banyak membantu baik dalam segi material dan nonmaterial.
6. Firda Lutfi Amaliyah, Grup Calon Akuntan, Penghuni Kost Rahmad, Pos Ronda RT 10 dan beberapa teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa kesempurnaan hanya milik Tuhan Yang Maha Esa, dan dalam penelitian ini, penulis menyadari adanya kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari Bapak/Ibu, sebagai bahan evaluasi untuk kemajuan di masa mendatang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 20 Februari 2024

(M. Fatchul Wahab Amrulloh)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	14
2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use).....	16
2.1.3 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness).....	17
2.1.4 Fitur Layanan	18
2.1.5 Minat Penggunaan	19
2.1.6 Perilaku Konsumtif.....	20
2.1.7 Financial Technology	21
2.1.8 Dompet Digital (<i>E-Wallet</i>).....	23

2.2	Penelitian Terdahulu	26
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
2.3	Hipotesis Penelitian	31
2.3.1	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan	31
2.3.2	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan.....	32
2.3.3	Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan	33
2.3.4	Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	34
2.4	Kerangka Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1	Populasi dan Sample.....	37
3.1.1	Populasi.....	37
3.1.2	Sample	38
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4	Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	42
3.4.1	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	42
3.4.2	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>).....	43
3.4.3	Variabel Mediasi (<i>Intervening Variable</i>)	45
3.5	Uji Kualitas Data	47
3.5.1	Uji Validitas	47
3.5.2	Uji Reabilitas.....	47
3.6	Metode Analisis Data	48
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	48
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	49
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
3.6.4	Uji Hipotesis.....	53
BAB IV ANALISIS DATA & PEMBAHASAN.....		55
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	55
4.2	Analisis Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	55

4.2.2	Asal Program Studi Responden.....	56
4.2.3	Tahun Angkatan Studi Responden	58
4.3	Uji Validitas Instrumen Item Variabel Penelitian	59
4.4	Uji Reliabilitas.....	60
4.5	Analisis Statistik Deskriptif	61
4.6	Uji Asumsi Klasik	63
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	63
4.6.2	Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
4.6.4	Uji Autokorelasi.....	66
4.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.8	Uji Hipotesis.....	72
4.8.1	Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	72
4.8.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	76
4.9	Pembahasan Hipotesis	78
4.9.1	Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan.	78
4.9.2	Persepsi Kegunaan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan.	79
4.9.3	Fitur Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan ..	81
4.9.4	Minat Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif.....	82
BAB V	SIMPULAN & SARAN.....	84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Implikasi Penelitian	85
5.4	Saran	87
DAFTAR REFERENSI	88
LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Tabel Pengukuran Nilai Likert Scale	40
Tabel 3. 2 Tabel Indikator Variabel Penelitian	41
Tabel 3. 3 Tabel Indikator Variabel Perilaku Konsumtif	42
Tabel 3. 4 Tabel Indikator Variabel Persepsi Kemudahan	43
Tabel 3. 5 Tabel Indikator Variabel Persepsi Kegunaan	44
Tabel 3. 6 Tabel Indikator Variabel Fitur Layanan	45
Tabel 3. 7 Tabel Indikator Variabel Minat Penggunaan.....	46
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Program Studi	57
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Ajaran Studi	58
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas.....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Uji Regresi Linier Persamaan 1	69
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Uji Regresi Linier Persamaan 2.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Uji Regresi Linier Persamaan 3.....	71
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesisi Penelitian	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1.....	76

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2.....	76
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 3.....	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Pilihan Metode Pembayaran Digital saat Belanja di E-Commerce (Maret 2023).....	2
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i>	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Program Studi.....	57
Gambar 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Ajaran Studi.....	58
Gambar 4.4 Hasil Uji Heterokedastisitas	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner	101
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis Karakteristik Responden.....	171
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	173
Lampiran 5 Hasil Uji Analisis	174

ABSTRACT

This quantitative research aimed to analyze the influence of perceived ease of use, perceived usefulness, and e-wallet service features on students' consumptive behavior through e-wallet usage intention. The empirical study, using purposive sampling, was conducted on 357 respondents from the Faculty of Business and Economics at the Islamic University of Indonesia. Data was collected using a questionnaire. The data analysis technique utilized multiple linear regression. The results showed that perceived ease of use had no significant effect on e-wallet usage intention, while perceived usefulness and service features had a significant positive effect. E-wallet usage intention was also found to have a significant positive effect on students' consumptive behavior.

Keywords: Perceived ease of use, Perceived usefulness, Service features, Usage intention, Consumptive behavior, e-wallet

ABSTRAK

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, dan fitur layanan pada e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui minat penggunaan e-wallet. Studi empiris dengan metode pengambilan sampel purposive sampling ini dilakukan pada 357 responden mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet, sementara persepsi kegunaan dan fitur layanan berpengaruh positif signifikan. Minat penggunaan e-wallet juga terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Kata Kunci: Persepsi kemudahan, Persepsi kegunaan, Fitur layanan, Minat penggunaan, Perilaku konsumtif, *e-wallet*

BAB I

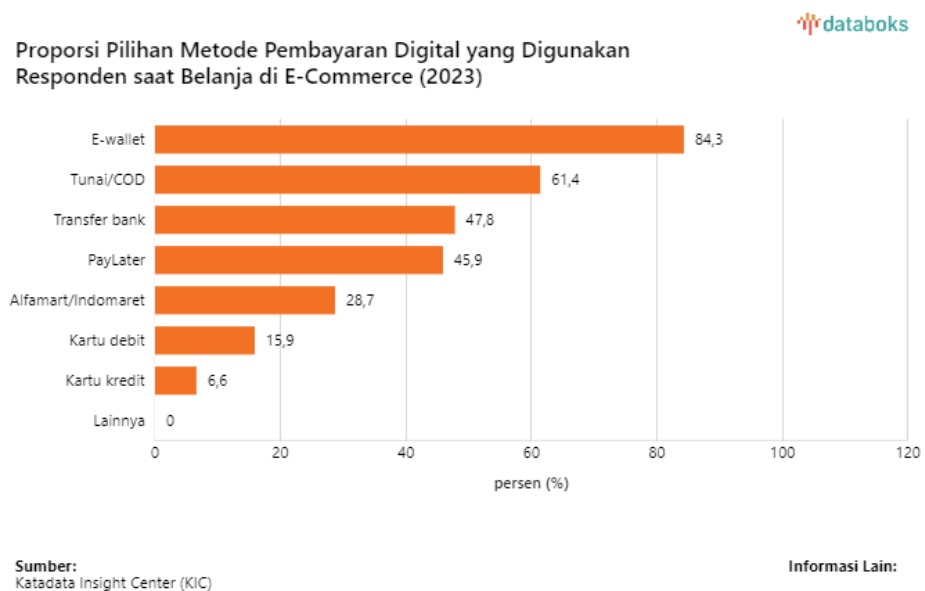
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi telah memperkenalkan dua sistem pembayaran transaksi utama, yakni tunai dan non-tunai, di Indonesia dan seluruh dunia. Sistem pembayaran non-tunai melibatkan penggunaan teknologi informasi dan jaringan komunikasi, mencakup metode seperti mobile banking, internet banking, pembayaran dengan kartu kredit atau debit, dan transaksi di Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Kelebihan pembayaran non-tunai terletak pada kepraktisan dan efisiensinya yang dapat mengurangi ketergantungan pada uang tunai. Dengan pesatnya kemajuan teknologi, penggunaan pembayaran elektronik semakin meluas dan menjadi pilihan utama masyarakat modern, menggantikan transaksi manual yang lebih tradisional.

Dalam era modern yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, sektor keuangan telah mengalami transformasi besar-besaran dan dikenal dengan istilah Financial Technology atau fintech. Financial technology (fintech) merupakan adanya pemanfaatan teknologi yang menyangkut financial atau keuangan sehingga dapat menghasilkan suatu produk serta dapat memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Fintech telah memperkenalkan inovasi-inovasi yang memudahkan manusia dalam berbagai aspek keuangan. Salah satu perubahan yang mencolok adalah munculnya dompet digital atau e-wallet.

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC), Survei KIC dilakukan terhadap 2.209 responden yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, dengan proporsi responden laki-laki 59% dan perempuan 41%. Dompot digital (e-wallet) merupakan metode pembayaran yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia saat bertransaksi di aplikasi digital dengan persentase sebanyak 84,3% (Nabilah Muhamad, 2023).



Gambar 1.1 Proporsi Pilihan Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Responden saat Belanja di E-Commerce (Maret 2023)

Sumber : Nabilah Muhamad (2023)

E-wallet atau dompet digital merupakan aplikasi berbasis smartphone yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara finansial. Dengan mengunduh dan menginstal e-wallet pada ponsel pintar, seseorang dapat melakukan pembayaran, transfer uang, dan aktivitas keuangan lainnya secara

praktis tanpa harus membawa uang cash atau kartu fisik. E-wallet sangat memudahkan aktivitas pembayaran dan transaksi di era serba digital saat ini. Pengguna cukup membuka aplikasi e-wallet di ponsel yang terhubung internet untuk bertransaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu repot mengunjungi bank atau ATM. Fitur dan keunggulan inilah yang membuat e-wallet kian penting dan memasyarakat dalam mendukung gaya hidup digital masa kini.

Perbedaan mendasar antara dompet digital (e-wallet) dan dompet konvensional terletak pada metode transaksi yang digunakan. E-wallet mengandalkan koneksi internet dan jaringan online untuk memfasilitasi berbagai pembayaran dan transaksi secara praktis. Sementara itu, dompet konvensional masih melibatkan transaksi secara langsung dan tatap muka antara pembeli dan penjual. Kehadiran fintech khususnya e-wallet memberi dampak positif dengan mempermudah akses layanan keuangan dan meningkatkan efisiensi bertransaksi. E-wallet hadir sebagai solusi modern dalam mengelola keuangan sehari-hari menggantikan dompet konvensional. Transaksi online lewat e-wallet dinilai lebih praktis dan sederhana prosesnya dibandingkan transaksi konvensional. Menurut Situmorang (2021) Dompet digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat dimana dalam waktu seminggu sekitar satu hingga dua kali menggunakan pembayaran transaksi mencapai 68%.

Menurut Jusuf (2020) contoh dari penerbit uang elektronik yang berupa bank atau lembaga selain bank: Penerbit bank (Flash (Bank Central Asia), Emoney (Bank Mandiri), dan Brizzi (Bank Rakyat Indonesia), Dan Penerbit

lembaga selain bank (Ovo, Go Pay, dan Link Aja). Berdasarkan artikel Sahistya Dhanesworo (2022), Mengatakan bahwa GoPay menduduki posisi platform dompet digital terpopuler di kalangan masyarakat Indonesia dengan persentase pengguna sebesar 71% pernah menggunakan dan 58% masih menggunakan dalam tiga bulan terakhir. Posisi kedua ditempati OVO dengan 70% pernah menggunakan dan 53% masih aktif dalam tiga bulan terakhir. Kemudian disusul Dana dengan 61% pernah menggunakan meskipun tidak masuk tiga besar dari sisi penggunaan dalam tiga bulan terakhir. Adapun ShopeePay berada di urutan selanjutnya dengan 51% pengguna aktif dalam tiga bulan terakhir meski tidak masuk tiga besar dari sisi persentase keseluruhan pengguna. Data ini menunjukkan bahwa GoPay dan OVO mendominasi pasar dompet digital di Indonesia baik dari sisi jumlah pengguna maupun tingkat penggunaan aktif bulanan. Sedangkan Dana dan ShopeePay menyusul di posisi selanjutnya sebagai platform dompet digital dengan pengguna cukup tinggi di Indonesia.

Penelitian empiris yang dilakukan oleh Claudy et al. (2015)) serta Singh & Verma (2021) mengungkap adanya penolakan dan kekhawatiran di kalangan konsumen terhadap penggunaan dompet digital atau e-wallet. Melalui survei yang melibatkan 1.023 responden di Amerika Serikat, Claudy et al. (2015) menemukan bahwa 38% responden menolak menggunakan e-wallet karena khawatir dengan risiko keamanan dan privasi yang mungkin timbul. Sementara itu, studi yang dilakukan Singh & Verma (2021) dengan melibatkan 412 pengguna e-wallet di India mengungkapkan bahwa 24% responden berniat untuk berhenti menggunakan e-wallet karena kekhawatiran bahwa hal tersebut

dapat mendorong perilaku pembelian kompulsif dan konsumtif yang berlebihan. Temuan-temuan ini memberikan bukti kuantitatif mengenai adanya penolakan dan kekhawatiran konsumen terhadap aspek-aspek tertentu dari penggunaan e-wallet, seperti masalah keamanan, privasi, dan dampak negatif terhadap perilaku konsumtif.

Generasi Z, atau Gen-Z, adalah kelompok demografi yang meliputi individu yang lahir dalam periode 1995 hingga 2010 (Shatto & Erwin, 2016). Ciri khas yang membedakan generasi ini adalah tingkat adaptabilitasnya yang tinggi terhadap perkembangan teknologi digital dan internet. Generasi Z dikenal sebagai pemakai gadget yang sangat aktif dan sering menggunakan media sosial sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka (Priporas et al., 2017). Mahasiswa adalah kelompok generasi Z dan mereka umumnya disebut sebagai generasi internet. Generasi Z tidak jauh dari yang namanya terhubung dengan dunia maya dan bisa melakukan segala sesuatu dengan menggunakan teknologi canggih. Generasi Z saat ini termasuk dalam rentang usia remaja dan sangat rentan terhadap masalah pengendalian diri dan konsumsi (Ummah et al., 2021). Peningkatan aktivitas belanja online dapat juga dapat meningkatkan penggunaan e-money. Karena berbagai pertimbangan, seperti lebih cepat, praktis, dan aman digunakan, mahasiswa lebih memilih menggunakan e-wallet untuk bertransaksi. Keterlibatan mereka dengan teknologi dan platform digital mencerminkan ciri khas utama yang membentuk perilaku dan preferensi konsumsi mereka.

Perilaku konsumtif mencakup kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau pengeluaran secara berlebihan dan berulang, seringkali melebihi kebutuhan dasar. Terdapat dorongan untuk membeli barang atau jasa yang tidak hanya didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek-aspek emosional, sosial, atau psikologis. Faktor-faktor seperti iklan, tren, tekanan sosial, dan keinginan untuk memenuhi ekspektasi sosial dapat mempengaruhi pembentukan perilaku konsumtif. Perilaku ini sering mencerminkan gaya hidup, nilai-nilai, dan identitas individu, sambil dipengaruhi oleh budaya konsumen dan lingkungan sekitar. Menurut Wawo et al. (2023) Hasil survei yang dilakukan oleh penulis pada mahasiswa menyatakan bahwa penggunaan dompet elektronik sebagai alat transaksi membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Hal ini diakibatkan oleh adanya kemudahan dan keunggulan yang akan didapat oleh pengguna dompet elektronik, salah satunya adalah penggunaannya yang praktis, dan efisien serta mudah.

Penelitian tentang perilaku konsumtif yang berkaitan dengan teknologi keuangan atau financial technology (fintech) telah dilakukan oleh Ummah et al. (2021) yaitu berdasarkan hasil dan analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dampak dari penggunaan e-wallet mampu meningkatkan gaya hidup konsumtif Generasi Z. Hal ini terlihat dari temuan penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 96,05% responden menggunakan e-wallet untuk kegiatan berbelanja, sementara 49% responden bahkan menggunakan e-wallet lebih dari lima kali dalam satu bulan. Generasi Z menunjukkan kecenderungan positif

terhadap penggunaan e-wallet karena dianggap mudah digunakan, praktis, menawarkan berbagai promo, dan dianggap aman. Penggunaan uang elektronik memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Denpasar. Ini menunjukkan bahwa semakin intensif penggunaan uang elektronik oleh generasi milenial di Kota Denpasar, semakin besar juga kecenderungan perilaku konsumtif mereka (Ngampus et al., 2023). Akan tetapi, menurut penelitian Rohmah & Yucha (2023) Variabel E-Wallet berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Kontrol Diri pada mahasiswa Manajemen UMAHA.

Penelitian ini menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) sebagai landasannya. TAM menjelaskan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi niat seseorang untuk mengadopsi suatu teknologi baru, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Kedua hal tersebut akan memengaruhi sikap dan niat individu terhadap teknologi. Sikap bisa positif atau negatif, sedangkan niat menggambarkan seberapa besar keinginan untuk menggunakan teknologi setelah menilai manfaat dan kemudahannya. Niat penggunaan dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan sikap penggunaan, yang pada akhirnya akan memengaruhi penggunaan aktual teknologi tersebut. Jadi TAM menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan kegunaan akan membentuk sikap dan niat, yang selanjutnya memprediksi penerimaan teknologi oleh pengguna.

Penelitian tentang minat penggunaan yang dilakukan oleh Menurut Davis dalam penelitian (Lestari et al., 2023) minat didefinisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Berdasarkan hasil penelitian, minat pengguna di Kota Medan untuk menggunakan pembayaran digital secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kemudahan penggunaan. Selain itu, dari segi persepsi kemanfaatan, kepercayaan, dan risiko, ketiga hal tersebut juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan pembayaran digital di Kota Medan. Dengan kata lain, persepsi pengguna mengenai manfaat, risiko, kepercayaan, dan terutama kemudahan penggunaan layanan pembayaran digital sangat menentukan tingkat minat mereka untuk mengadopsi dan menggunakan pembayaran digital tersebut. Semakin positif persepsi pengguna terhadap faktor-faktor tersebut, semakin tinggi minat mereka untuk mulai menggunakan pembayaran digital di Kota Medan (Kurniawan et al., 2023).

Penelitian tentang persepsi kemudahan yang telah dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan suatu teknologi. Hasil penelitian mereka mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi pengguna bahwa suatu teknologi mudah untuk digunakan, maka akan semakin tinggi minat pengguna untuk mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut. Dengan kata lain, persepsi kemudahan penggunaan yang positif akan membuat pengguna lebih tertarik dan berminat untuk mulai menggunakan suatu

teknologi baru. Temuan ini sejalan dengan konsep persepsi kemudahan penggunaan dalam Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi. Menurut penelitian dari Syukriyyah & Karyaningsih (2023) dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan terhadap e-wallet ShopeePay mencapai tingkat persetujuan, dengan skor rata-rata sebesar 1.618,2. Hasil ini menunjukkan bahwa e-wallet ShopeePay dianggap memberikan kemudahan yang signifikan bagi konsumen dalam menjalankan transaksi.

Penelitian tentang persepsi kegunaan yang telah dilakukan oleh Malik & Annuar (2021) Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi mereka merasa adanya keuntungan yang didapat, selain itu kinerja dan produktivitas pengguna teknologi informasi akan meningkat karena pekerjaan dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih singkat. Dan juga, Menurut penelitian dari Alwi et al. (2019) Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan adalah faktor yang paling signifikan dan diterima pada niat dan penerimaan e-wallet. Dari hasil pengujian tersebut, hipotesis persepsi kegunaan memiliki hubungan positif terhadap niat dan penerimaan, oleh karena itu, signifikan dan diterima sebagai variabel utama kedua yang memiliki pengaruh besar pada orang Malaysia dalam menggunakan e-wallet.

Penelitian tentang fitur layanan yang telah dilakukan oleh Abrilia (2020) variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan pada e-wallet diukur menggunakan 4 indikator, yaitu kemudahan akses informasi, keragaman layanan transaksi, keragaman fitur, dan inovasi produk. Kemudahan akses informasi mengacu pada informasi mengenai fitur terbaru pada aplikasi e-wallet. Dan juga, Dari penelitian Fatonah & Hendratmoko (2020) bahwa variabel fitur layanan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan pada aplikasi DANA di Surabaya, semakin beragam jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan E-Money semakin meningkatkan minat generasi millennial menggunakan E-Money atau E-wallet.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendalami pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa menggunakan e-wallet. Melibatkan konteks mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk merespons perubahan kontekstual, memperbaiki keterbatasan penelitian sebelumnya, dan memahami secara lebih mendalam dinamika hubungan antara persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan, minat penggunaan e-wallet, dan perilaku konsumtif. Oleh karena itu penelitian ini mengambil judul “**Minat Penggunaan E-Wallet: Determinan dan Dampaknya Pada Perilaku Konsumtif**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan E-wallet?
2. Apakah Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan E-wallet?
3. Apakah Fitur Layanan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan E-wallet?
4. Apakah Minat Penggunaan E-wallet berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk membuktikan:

- a. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan E-wallet.
- b. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan E-wallet.
- c. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Minat Penggunaan E-wallet.
- d. Pengaruh Minat Penggunaan E-wallet terhadap Perilaku Konsumtif.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap banyak pihak. Adapun pihak-pihak tersebut yaitu:

1. Bagi pengguna (mahasiswa)

Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku penggunaan e-wallet. Kemudian,

Memberikan informasi bagaimana menggunakan e-wallet secara bijak untuk menghindari perilaku konsumtif berlebihan.

2. Bagi pemilik usaha (penyedia layanan e-wallet)

Diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang perilaku dan kebutuhan konsumen mahasiswa pengguna e-wallet. Kemudian, Sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan fitur dan layanan e-wallet yang sesuai kebutuhan mahasiswa. Dan juga, Membantu merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran untuk menarik minat mahasiswa menggunakan e-wallet.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Memperkaya kajian empiris tentang penerapan TAM (Technology Acceptance Model) pada layanan berbasis digital. Kemudian, Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya terkait perilaku pengguna fintech di kalangan mahasiswa. Dan juga, Menjadi bahan kajian untuk pengembangan perilaku konsumen di era digital.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan serta kajian skripsi adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini memberikan penjelasan tentang asal mula masalah, rumusan, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II: Tinjauan Pustaka

Bab ini membahas dasar teori yang mendukung variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, fitur layanan, minat penggunaan e-wallet, dan perilaku konsumtif, yang diambil dari literatur-literatur yang relevan. Selain itu, bab ini juga meninjau penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan variabel yang sedang diteliti. Kerangka penelitian dan hipotesis untuk setiap variabel yang berdampak pada sikap terhadap penggunaan dan perilaku konsumtif juga dijelaskan dalam bab ini.

Bab III : Metode penelitian

Bab ini meliputi populasi dan sampel, jenis dan sumber data, variabel penelitian, dan analisis data, diuraikan dalam bab ini.

Bab IV: Analisis dan Pembahasan Data

Bab ini membahas tentang deskripsi data spesifik yang dapat digunakan untuk mencapai maksud dan tujuan penelitian dengan menyelesaikan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dengan menggunakan alat dan prosedur analisis.

Bab V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini akan merangkum temuan penelitian, kekurangan, dan rekomendasi untuk berbagai pihak.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) telah digunakan beberapa dekade yang lalu untuk mengidentifikasi atau menguji faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi niat penggunaan teknologi dimana faktor terpenting adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. TAM (*Technology Accepted Model*) merupakan model perilaku orang dari pemanfaatan inovasi teknologi informasi (Davis et al., 1989). *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989) yang memodifikasi dari kepercayaan (belief), sikap (attitude), intensitas (intention), dan hubungan perilaku pengguna (user behavior relationship) yang mengadopsi dari komponen-komponen *Theory of Reason Action* (TRA).

TAM menyarankan itu milik pengguna Motivasi dapat dijelaskan oleh tiga faktor: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, dan sikap menuju penggunaan (Granić & Marangunić, 2019). Menurut Khakim (2016) dalam Nustini & Adhinagari (2020), dirujuk sebagai proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap rangsang yang diterima oleh organisme atau individu sehingga merupakan sesuatu yang berarti dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu.

Dalam Technology Acceptance Model (TAM), terdapat dua variabel utama yang menentukan niat seseorang untuk menggunakan teknologi baru, yaitu perceived usefulness (PU) dan perceived ease of use (PEOU):

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)

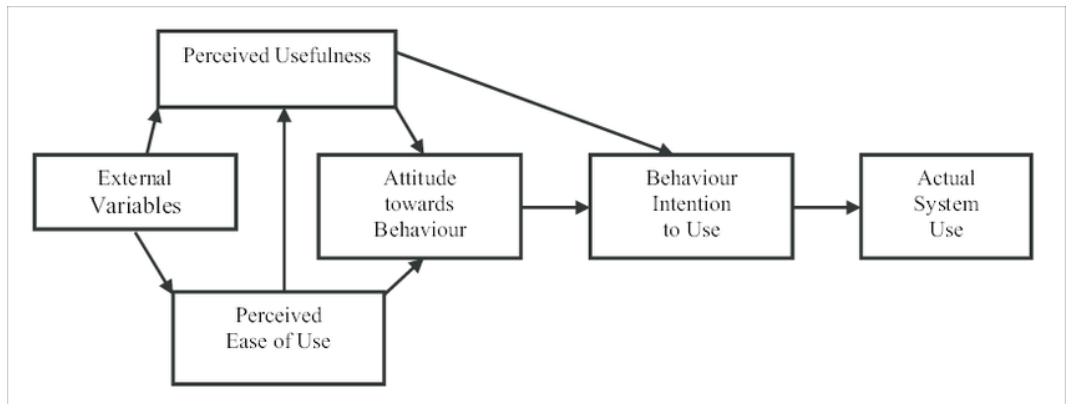
Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan mudah dipelajari dan digunakan. Konsep ini terkait dengan pandangan individu mengenai seberapa sederhana teknologi tersebut dalam penggunaan dan operasionalnya.

2. Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)

Persepsi kegunaan merujuk pada sejauh mana seseorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja atau efektivitas pekerjaan mereka. Konsep ini terkait dengan keyakinan individu mengenai seberapa bermanfaat teknologi tersebut dalam membantu mereka menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan.

Kedua hal tersebut memengaruhi sikap dan niat seseorang terhadap teknologi. Sikap dapat positif atau negatif terhadap teknologi, sementara niat untuk menggunakan teknologi berkaitan dengan seberapa besar keinginan seseorang menggunakan teknologi setelah menilai manfaat dan

kenyamanannya.



Gambar 2.1 Technology Acceptance Model

Sumber : Davis et al., (1989)

Diagram TAM menunjukkan faktor eksternal yang memengaruhi persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan. Struktur ini juga mempengaruhi sikap terhadap penggunaan. Niat menggunakan dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan sikap terhadap penggunaan, yang akhirnya memengaruhi penggunaan aktual.

2.1.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)

Persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoperasiannya (F. D. Davis, 1989). Menurut Abrilia (2020) Faktor pertama terdapat pada persepsi kemudahan pengguna yang

merupakan penggunaan teknologi yang mudah dipahami dengan mudah oleh seseorang untuk penggunaan suatu teknologi. Dengan kemudahan pengguna transaksi E-Wallet masyarakat akan semakin mudah dalam beroperasi untuk menggunakan E-Wallet.

Persepsi kemudahan ini mengacu pada perspektif di mana seseorang dapat memahami dan tidak akan mempersulit pekerjaannya ketika menggunakan teknologi tersebut (F. D. Davis, 1989). Indikator dari persepsi kemudahan menurut F. D. Davis (1989) antara lain: Meningkatkan kinerja pekerjaan pengguna, Mempercepat pekerjaan pengguna, Meningkatkan produktivitas pengguna, Bermanfaat bagi pekerjaan pengguna, dan Mempermudah pekerjaan pengguna.

2.1.3 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)

Menurut Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model (TAM), persepsi kegunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan suatu teknologi atau sistem informasi tertentu, dapat memberikan manfaat berupa peningkatan kinerja dan produktivitas bagi dirinya. Dalam konteks ini, persepsi kegunaan mencerminkan sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan membantu mereka dalam menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan mereka dengan lebih efektif. Perceived Usefulness atau persepsi kegunaan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana individu merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi mereka merasa adanya keuntungan yang

didapat, selain itu kinerja dan produktivitas pengguna teknologi informasi akan meningkat karena pekerjaan dapat diselesaikan dengan waktu yang lebih (Malik & Annuar, 2021).

Persepsi kegunaan aplikasi menjadi salah satu aspek yang memengaruhi minat konsumen (Dirwan & Latief, 2020). Aplikasi yang dapat dimanfaatkan memudahkan apa yang konsumen ingin beli atau transaksi membuat minat konsumen dapat meningkat. Sebelum memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, konsumen akan mencari informasi manfaat dari produk atau jasa tersebut, banyak nya informasi manfaat dari penggunaan layanan tersebut akan menimbulkan tingkat kepercayaan konsumen (Nurzanita & Marlana, 2020). Indikator dari persepsi kegunaan menurut F. D. Davis (1989) yaitu Meningkatkan kinerja, Mempercepat aktivitas, Meningkatkan produktivitas , Memudahkan pekerjaan, dan Bermanfaat bagi saya.

2.1.4 Fitur Layanan

Fitur layanan adalah produk yang digunakan perusahaan untuk membedakan produk fitur dari perusahaan satu dengan yang lainnya. Dengan membuktikan kepercayaan konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi baik secara online maupun offline (Abrilia, 2020). Menurut Dirwan & Latief (2020) Fitur layanan juga menjadi aspek yang memengaruhi minat konsumen, karena dengan fitur ini melatarbelakangi konsumen untuk memilih suatu produk. Hasil dari penelitian Fatonah &

Hendratmoko (2020) membuktikan bahwa fitur layanan signifikan memengaruhi minat menggunakan *e-money*. Indikator dari Fitur Layanan menurut Amin et al. (2020) yaitu Kelengkapan fitur, Kemudahan penggunaan fitur, Kenyamanan bertransaksi, Variasi metode pembayaran, Keamanan dan privasi.

2.1.5 Minat Penggunaan

Menurut Davis dalam penelitian Lestari et al. (2023) minat didefinisikan sebagai tingkatan seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang dalam melakukan sebuah tindakan tertentu untuk menggunakan sebuah aplikasi. Pengembangan teknologi mengharuskan konsumen meninggalkan kebiasaan yang lama (tunai) serta dengan adanya aplikasi non-tunai beserta dengan promosi yang diberikan oleh aplikasi-aplikasi tertentu akan meningkatkan minat beli konsumen. Dan juga, Niat perilaku konsumen untuk menggunakan layanan e-wallet yaitu untuk mengukur sejauh mana keinginan individu untuk membeli barang dan jasa melalui bentuk digital (Ajzen & Fishbein, 1980; Ling et al., 2023). Indikator dari minat penggunaan menurut F. D. Davis (1989) yaitu Ketertarikan menggunakan, Keinginan menggunakan, Prioritas utama, Rekomendasi ke orang lain, dan Rencana penggunaan di masa depan.

2.1.6 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif mencerminkan kecenderungan mengonsumsi secara berlebihan dan spontan terhadap barang-barang atau layanan yang tidak terlalu penting atau bahkan tidak diperlukan. Dalam konteks ini, perilaku tersebut lebih sering dipicu oleh keinginan mendesak untuk memuaskan kepuasan pribadi, dengan memberikan prioritas lebih tinggi pada keinginan daripada kebutuhan esensial. Sehingga, tanpa mempertimbangkan secara seksama, seseorang mudah tergoda untuk mengeluarkan uang untuk berbagai keinginan yang jauh dari kebutuhan dasarnya (Fikri, 2021). Fasilitas transaksi yang beragam yang diberikan oleh aplikasi e-wallet memiliki potensi untuk memengaruhi kecenderungan gaya hidup konsumtif. Pengguna yang memilih pembayaran tanpa tunai mungkin menghadapi kesulitan dalam mengelola pengeluaran konsumtif mereka karena adanya persepsi bahwa pembayaran tersebut tidak memberikan kerugian finansial yang langsung terasa. Kusnawan et al. (2019) menyatakan bahwa pada saat bertransaksi, konsumen tidak menyadari bahwa mereka semakin konsumtif karena tidak terlalu berat mengeluarkan uang dalam jumlah besar dalam bentuk digital dibandingkan transaksi menggunakan uang tunai. Indikator dari perilaku konsumtif menurut Abrilia (2020) yaitu Pembelian impulsive, Pembelian berlebihan, Habiskan uang lebih banyak, Tertarik promosi, dan Boros.

2.1.7 Financial Technology

Financial technology (fintech) merupakan adanya pemanfaatan teknologi yang menyangkut financial atau keuangan sehingga dapat menghasilkan suatu produk serta dapat memberikan pelayanan dalam melakukan pembayaran (Mawardani & Dwijayanti, 2021). Istilah "fintech" merupakan singkatan dari "financial technology" dan kemungkinan pertama kali disebutkan pada awal 1990-an oleh John Reed, ketua Citicorp, dalam konteks pendirian forum "Smart Card Forum" (Kutler, 1993).

Menurut Tufano (2003) dalam Puschmann (2017), Sebagian besar isi publikasi ini menekankan peran *Financial technology* (fintech) sebagai pendorong inovasi dalam sektor jasa keuangan. Oleh karena itu, istilah ini terhubung secara erat dengan konsep "inovasi keuangan". Langkah ini melibatkan pembuatan dan penyebarluasan instrumen keuangan inovatif bersama dengan pengenalan teknologi, lembaga, dan pasar keuangan yang baru.

Financial technology (FinTech) yang dikemukakan oleh (Bank Indonesia, 2018a) merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja. Kemunculan Fintech terjadi seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang kini didominasi oleh penggunaan teknologi informasi dan

kebutuhan akan kecepatan dalam aktivitas sehari-hari. FinTech memberikan solusi terhadap permasalahan dalam transaksi jual-beli dan pembayaran, seperti kesulitan mencari barang di tempat perbelanjaan, ke perluan kunjungan ke bank atau ATM untuk mentransfer dana, serta keengganan mengunjungi suatu tempat karena pelayanan yang kurang menyenangkan. Secara sederhana, FinTech membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam transaksi jual-beli dan sistem pembayaran dengan tetap mempertahankan aspek ekonomis.

Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan mendukung adopsi Fintech melalui peraturannya. Meskipun lebih fokus pada Fintech dalam layanan peer-to-peer, undang-undang yang diperbarui terkait keamanan dan literasi keuangan masyarakat diharapkan dapat berkembang seiring dengan bertambahnya pengalaman regulator (K. Davis et al., 2017). Akan tetapi, menurut Setiawan et al. (2021) Perkembangan Fintech tidak bisa hanya bergantung pada regulasi untuk berkembang, tetapi juga harus mempertimbangkan perspektif dan pengetahuan penggunanya. Sebuah studi di Cina menemukan bahwa dukungan pemerintah sangat penting untuk mendorong inovasi pengguna dan meningkatkan adopsi Fintech.

2.1.8 Dompot Digital (*E-Wallet*)

Menurut Patrisia et al. (2023) E-wallet adalah bentuk pembayaran yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara elektronik dengan menggunakan smartphone atau gadget yang menggantikan dompet fisik. Sedangkan menurut Abrilia (2020) E-Wallet adalah aplikasi atau layanan dompet elektronik yang berfungsi untuk transaksi antar pengguna agar lebih mudah diakses oleh masyarakat. Menurut Insana & Johan (2021) Uang elektronik (e-money) merupakan sebuah inovasi untuk memenuhi kebutuhan transaksi pembayaran dalam skala mikro (retail), yang mencakup pembayaran dalam jumlah kecil. Uang elektronik menurut Bank Indonesia (2018b) tentang uang elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur (1) diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit; (2) nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip; (3) digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan (4) nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Kebanyakan orang menginginkan pengalaman transaksi yang simpel, aman, dan efisien dengan menggunakan dompet digital. Pemanfaatan e-money melibatkan penggunaan kartu yang ditempelkan pada sensor perangkat yang disediakan oleh penerbit kepada pedagang

(merchant), sehingga transaksi pembayaran dapat berhasil dilakukan dengan mengurangi saldo yang tersedia pada kartu tersebut (Insana & Johan, 2021). Dan juga, Menurut Alwi et al. (2019) Hal menarik lainnya dari e-wallet adalah dapat digunakan untuk beragam pembayaran seperti listrik, pulsa, dan lainnya. Fitur-fitur bermanfaat inilah yang menjadi alasan responden memutuskan menggunakan e-wallet. Secara keseluruhan, responden mempersepsikan bahwa e-wallet sangat berguna karena memberikan kemudahan transaksi cepat dan teliti tanpa perlu mengurus kembalian. Selain itu, e-wallet juga multidaya guna karena bisa digunakan untuk beragam jenis pembayaran. Manfaat-manfaat inilah yang membuat responden tertarik menggunakan e-wallet.

Berdasarkan Bank Indonesia (2014), berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik. Maka juga terbagi 2 (dua jenis) yaitu:

1. Uang elektronik berbasis kartu atau chip

Pada uang elektronik berbasis kartu atau chip, nilai dana dicatat baik pada media elektronik milik penerbit maupun pemegang. Sistem pencatatan ganda seperti ini memungkinkan transaksi uang elektronik dilakukan secara luring atau offline. Pencatatan nilai uang elektronik oleh penerbit dan pemegang dilakukan pada media elektronik masing-masing pihak sehingga data saldo selalu sinkron. Dengan demikian, transaksi pembayaran menggunakan uang elektronik jenis kartu atau chip dapat berlangsung

walaupun tidak dalam jaringan sistem penerbit. Inilah yang memungkinkan uang elektronik model ini tetap berfungsi secara offline.

2. Uang elektronik berbasis server

Pada uang elektronik berbasis server atau e-wallet, seluruh data saldo tersimpan di database penerbit. Agar dapat bertransaksi, pengguna perlu mengakses aplikasi e-wallet menggunakan gadget untuk mengirimkan kode rahasia dan nilai yang ingin ditransaksikan. Setelah itu, sistem akan mengirimkan kode token sebagai otentikasi untuk melanjutkan transaksi. Mekanisme seperti ini mensyaratkan e-wallet harus terhubung dengan jaringan internet atau online agar dapat digunakan. Data saldo e-wallet hanya tersimpan pada server penerbit, tidak secara lokal pada gadget pengguna. Inilah perbedaan mendasar antara e-wallet berbasis server dengan uang elektronik model kartu atau chip yang memungkinkan transaksi secara luring atau offline.

Menurut Jusuf (2020). Berdasarkan media penyimpanannya, uang elektronik dibedakan menjadi dua lagi, yaitu server based dan chip based. Server based berarti uang elektronik dengan media penyimpanan berupa server yang biasa diakses pengguna lewat ponsel, contohnya OVO, Go Pay, Link Aja, dan Dana. Sedangkan chip based berarti uang elektronik dengan media penyimpanan berupa chip, biasanya menggunakan media kartu. Contohnya adalah Flazz (BCA), Tapcash (BNI), Brizzi (BRI), E-Money (Mandiri). Sebagian besar mahasiswa menggunakan aplikasi produk layanan pembayaran berbasis digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay,

LinkAja, iSaku, Jenius, DANA, dan lain-lain (Nurdin et al., 2020; Selsapagita & Sukardi, 2023).

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Alwi, S., Salleh, M. N. M., Kamaruddin, H., Alpandi, R. M., & Razak, S. E. A. (2019)	The e-wallet usage as an acceptance indicator on Financial Technology in Malaysia.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Penerimaan fintech - Independent: Penggunaan e-wallet 	Penggunaan e-wallet terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan masyarakat Malaysia terhadap fintech. Semakin sering menggunakan e-wallet maka semakin tinggi tingkat penerimaan mereka terhadap fintech.
2.	Abrilia, N. D. (2020).	Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Minat menggunakan e-wallet Dana - Independent: Persepsi kemudahan, fitur layanan 	Kedua variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet Dana di Surabaya. Semakin mudah digunakan dan semakin lengkap fiturnya, maka semakin tinggi minat menggunakan e-wallet Dana.
3.	Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020).	Menguji Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Minat menggunakan e-money 	Fitur layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Millenial Menggunakan e-Money.	- Independent: Fitur Layanan, Persepsi manfaat, Persepsi resiko, dan Persepsi kepercayaan,	minat menggunakan e-money pada generasi milenial di Kabupaten Klaten. Semakin lengkap fitur layanan e-money maka seterhadap minat menggunakan e-money pada generasi milenial di Kabupaten Klaten. Manfaat yang dirasakan ternyata bukan faktor utama yang mempengaruhi minat mereka. Persepsi risiko terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money. Semakin rendah risiko yang dirasakan, maka semakin tinggi minat generasi milenial untuk menggunakan e-money. Terakhir, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money di kalangan generasi milenial Kabupaten Klaten. Semakin tinggi tingkat kepercayaan mereka, semakin besar minat untuk mengadopsi e-money.

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
4.	Widiyanti, W. (2020).	Pengaruh kemanfaatan, kemudahan penggunaan dan promosi terhadap keputusan penggunaan E-Wallet OVO di Depok.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Keputusan penggunaan e-wallet OVO - Independent: Persepsi Kemanfaatan, Persepsi kemudahan penggunaan, dan promosi 	Ketiga variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa di Depok untuk menggunakan e-wallet OVO. Semakin tinggi persepsi kemanfaatan, kemudahan dan semakin menarik promosi OVO, maka semakin meningkat keputusan mahasiswa untuk menggunakan e-wallet OVO.
5.	Mujahidin, A. (2020).	Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Perilaku konsumtif - Independent: Fintech e-wallet 	Penggunaan fintech e-wallet terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial. Semakin sering menggunakan e-wallet maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtifnya.
6.	Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021).	Analisis pengaruh peggunan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Perilaku konsumtif mahasiswa - Independent: Penggunaan uang elektronik 	Penggunaan uang elektronik terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin sering menggunakan uang elektronik

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa.
7.	Prihayudha, E. K., & Soepatini, S. (2023).	Pengaruh Perceived Ease Of Use, Usefulness Dan Perceived Risk Terhadap Intention To Use (Studi Empiris Penggunaan Aplikasi Ovo Pada Konsumen Di Surakarta).	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Intention to use - Independent: Perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk 	Ketiga variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap intention to use aplikasi OVO. Semakin tinggi persepsi kemudahan, kemanfaatan dan semakin rendah persepsi risiko, maka semakin meningkat minat konsumen di Surakarta untuk menggunakan aplikasi OVO.
8.	Ngampus, W., Telagawathi, N. L. W. S., & Yudiaatmaja, F. (2023).	Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Perilaku konsumtif generasi milenial - Independent: Literasi keuangan, Gaya hidup, dan Penggunaan uang elektronik. 	Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Semakin tinggi literasi keuangan, perilaku konsumtif generasi milenial semakin rendah. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Semakin modern gaya hidup generasi milenial, perilaku konsumtifnya semakin meningkat. Penggunaan uang elektronik

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Semakin sering menggunakan uang elektronik, perilaku konsumtif generasi milenial semakin tinggi.
9.	Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023).	The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Perilaku konsumtif - Independent: Minat Penggunaan e-wallet dan e-money 	Penggunaan e-wallet dan e-money terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Bengkulu. Semakin sering menggunakan e-wallet dan e-money, maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.
10.	Syukriyyah, S., Karyaningsih, K. (2023).	Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet ShopeePay Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang.	<ul style="list-style-type: none"> - Dependent: Minat menggunakan e-wallet ShopeePay - Independent: Promosi penjualan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan 	Ketiga variabel independen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet ShopeePay. Semakin baik promosi penjualan, semakin tinggi persepsi manfaat dan kemudahan, maka semakin meningkat minat mahasiswa untuk menggunakan e-wallet ShopeePay.

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat

Penggunaan

TAM yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Persepsi kemudahan berkaitan dengan sejauh mana pengguna meyakini bahwa teknologi mudah untuk digunakan dan tidak memerlukan banyak usaha. Persepsi kegunaan berkaitan dengan keyakinan pengguna bahwa teknologi akan bermanfaat dan meningkatkan kinerja mereka. Kedua faktor ini secara signifikan mempengaruhi minat pengadopsian teknologi menurut TAM.

Penelitian-penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan ShopeePay. Begitupun hasil penelitian yang dilakukan oleh Dirwan & Latief (2020) bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dompet digital gopay. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prihayudha & Soepatini (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat

menggunakan dompet digital. Dari penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini:

H₁: Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan

Dalam konteks e-wallet, TAM dapat menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan layanan dompet digital. Semakin mudah digunakan dan bermanfaat e-wallet dirasakan, maka semakin tinggi minat mahasiswa untuk mengadopsi e-wallet. Ini karena kedua faktor kunci dalam penerimaan teknologi versi TAM terpenuhi.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Prihayudha & Soepatini (2023) menunjukkan bahwa semakin tinggi kegunaan dan kemudahan dalam bertransaksi dapat meningkatkan niat pengguna untuk terus bertransaksi. Dan juga dalam penelitian Widiyanti (2020) menyebutkan bahwa penggunaan e-wallet memberikan kecepatan transaksi dan ketelitian pembayaran hingga nominal terkecil sehingga tidak perlu repot mengurus kembalian uang. Dan juga, dari penelitian Alwi et al. (2019) Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan adalah faktor yang paling signifikan dan diterima pada niat dan penerimaan e-wallet. Dari hasil pengujian tersebut, hipotesis persepsi kegunaan memiliki hubungan positif terhadap niat dan penerimaan, oleh karena itu, signifikan

dan diterima sebagai variabel utama kedua yang memiliki pengaruh besar pada orang Malaysia dalam menggunakan e-wallet. Dari penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini:

H₂: Persepsi Kegunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan

2.3.3 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan

Fitur layanan juga dapat mempengaruhi persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan e-wallet. Semakin lengkap dan berkualitas fitur yang disediakan, maka e-wallet akan dirasa lebih berguna dan mudah digunakan bagi mahasiswa. Fitur yang user-friendly dan secure juga akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan. Dengan demikian, fitur layanan berperan penting dalam memengaruhi faktor kunci penerimaan teknologi dalam TAM.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fatonah & Hendratmoko (2020) bahwa variabel fitur layanan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan pada aplikasi DANA di Surabaya, semakin beragam jenis transaksi yang dapat dilakukan menggunakan E-Money semakin meningkatkan minat generasi millennial menggunakan E-Money atau E-wallet. Dalam penelitian yang dilakukan Abrilia (2020), variabel fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan pada minat menggunakan pada e-wallet diukur menggunakan 4 indikator, yaitu kemudahan akses informasi, keragaman layanan transaksi, keragaman fitur, dan inovasi produk. Kemudahan akses informasi mengacu pada informasi mengenai

fitur terbaru pada aplikasi e-wallet. Keragaman layanan transaksi mengacu pada beragamnya layanan transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi e-wallet, sehingga pengguna selalu menggunakan layanan transaksi pada e-wallet. Keragaman fitur mengacu pada fitur-fitur terbaru pada aplikasi e-wallet yang selalu mengikuti tren. Sedangkan inovasi produk mengacu pada strategi pemasaran e-wallet dengan selalu mengeluarkan produk atau fitur terbaru agar pengguna terus menggunakan aplikasi tersebut. Keempat indikator tersebut digunakan untuk mengukur variabel fitur layanan pada aplikasi e-wallet. Dari penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini:

H₃: Fitur Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan

2.3.4 Pengaruh Minat Penggunaan Terhadap Perilaku Konsumtif

Minat penggunaan didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk tetap menggunakan atau berniat mengadopsi suatu teknologi. Dalam konteks e-wallet, minat penggunaan yang tinggi dari mahasiswa untuk rutin menggunakan dompet digital dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Hal ini karena e-wallet memberikan kemudahan bertransaksi dan berbelanja online sehingga membuat pembelian impulsif dan berlebihan menjadi lebih praktis. Beberapa studi menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet secara intensif berkorelasi dengan peningkatan frekuensi dan jumlah pembelian impulsif yang berlebihan. Dengan demikian, semakin tinggi minat mahasiswa untuk rutin menggunakan e-wallet, kemungkinan untuk melakukan pembelian berlebihan yang bersifat konsumtif juga akan

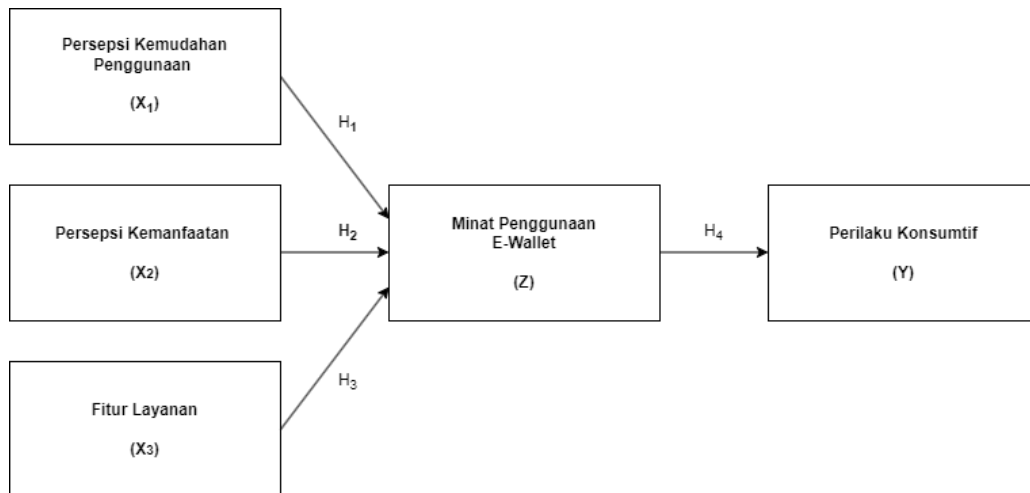
semakin meningkat. Minat penggunaan e-wallet yang tinggi pada akhirnya dapat memicu munculnya perilaku boros dan konsumtif.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Lestari et al. (2023) menyebutkan bahwa e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Bengkulu. Penggunaan uang elektronik memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Denpasar. Ini menunjukkan bahwa semakin intensif penggunaan uang elektronik oleh generasi milenial di Kota Denpasar, semakin besar juga kecenderungan perilaku konsumtif mereka (Ngampus et al., 2023). Dari penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini:

H₄: Minat Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif.

2.4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu dan hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, maka dapat digambarkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sample

3.1.1 Populasi

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/mahasiswi yang sedang kuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang menggunakan *E-wallet*. Mahasiswa tersebut dipilih karena merupakan pengguna aktif dari sistem pembayaran digital E-wallet. Sebagai generasi yang tumbuh besar di era internet dan teknologi canggih, generasi Z memiliki tingkat adopsi teknologi yang sangat tinggi dan seringkali impulsif terhadap produk-produk baru hasil inovasi digital.

Generasi Z juga cenderung berperilaku konsumtif dalam berbelanja online dan kerap melakukan pembelian tidak terencana hanya karena terbujuk promosi dan diskon. Sifat ini menjadikan Generasi Z sebagai generasi pengguna E-wallet terbesar dibandingkan generasi lainnya. Pemilihan Generasi Z juga dilandasi oleh fakta bahwa mereka lahir di era digital sehingga sangat akrab dan adaptif dengan layanan keuangan modern dan paperless seperti E-wallet. Oleh karena itu, Generasi Z dianggap dapat mewakili populasi pengguna E-wallet pada umumnya.

3.1.2 Sample

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini dilakukan dengan mengambil sampel penelitian berdasarkan pertimbangan dan kriteria spesifik yang ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai kriteria yang telah ditetapkan, bukan untuk melakukan generalisasi. Pemilihan sampel dilakukan dengan menyesuaikan karakteristik sampel dengan maksud dan fokus penelitian yang ingin dicapai (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Berstatus sebagai mahasiswa/mahasiswi aktif di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
2. Responden memiliki dan menggunakan dompet digital atau e-wallet di semua *platform* dalam bertransaksi minimal 1 kali

Untuk menentukan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan, penelitian ini menggunakan perhitungan jumlah minimum sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

berdasarkan oleh Slovin adalah sebagai berikut:

Keterangan :

n : jumlah sampel yang dicari

N : jumlah populasi

e : margin eror yang ditoleransi.

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 2000 / (1 + (2000 \times 0.05^2))$$

$$n = 2000 / (1 + (5))$$

$$n = 2000 / 6$$

$$n = 333,33 = 333 \text{ Sample}$$

Berdasarkan Perhitungan tersebut, Maka jumlah minimum sample yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 333 sample.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan sumber data yang diberikan secara langsung kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari partisipan, yaitu mahasiswa yang tengah aktif berkuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, dan menggunakan dompet digital atau e-wallet. Data yang terkumpul berasal dari pengisian kuesioner oleh partisipan yang memenuhi persyaratan yang telah dijelaskan sebelumnya dalam konteks penelitian.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan pendekatan survei menggunakan kuesioner online melalui *Google Forms*. Populasi penelitian adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia sebanyak 2000 orang. Sampel dipilih dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan peneliti.

Ukuran sampel dihitung berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat presisi tinggi atau 0.5 (5%) sehingga jumlah sampel minimal yang diperlukan adalah 333 responden. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-4 yang mencerminkan tingkat persetujuan responden pada setiap pernyataan indikator variabel. Rentang skala dimulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju). Pengukuran dilakukan untuk menilai indikator pada masing-masing variabel penelitian dan dapat ditemukan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Tabel Pengukuran Nilai

LIKERT SCALE

Code	Meaning	Score
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

Tabel 3.2 Indikator Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Jumlah Item Pertanyaan	Referensi
Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)	Seberapa mudah individu merasa menggunakan suatu teknologi atau layanan.	5 Item	F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)
Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)	Seberapa berguna individu percaya suatu teknologi atau layanan dalam mencapai tujuan	5 Item	F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)
Fitur Layanan	Fasilitas atau kemampuan yang disediakan oleh suatu produk atau layanan.	5 Item	Amin et al. (2020) , Abrilia (2020)
Minat Penggunaan	Kecenderungan individu untuk menggunakan atau membeli suatu produk atau layanan.	5 Item	F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)
Perilaku Konsumtif	Kebiasaan individu untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan atau berlebihan, terutama dipicu oleh faktor-faktor psikologis atau sosial.	5 Item	Abrilia (2020)

3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel dependent dalam penelitian saya adalah perilaku konsumtif mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa didefinisikan sebagai tingkat konsumsi dan pengeluaran mahasiswa yang berasal dari penggunaan e-wallet dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumtif ini mencakup seberapa sering dan sejauh mana mahasiswa memanfaatkan e-wallet untuk bertransaksi pembelian barang dan jasa, mentransfer dana, serta memenuhi kebutuhan sehari-hari lainnya. Semakin tinggi tingkat penggunaan e-wallet untuk berbagai aktivitas konsumtif tersebut, maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa melalui e-wallet inilah yang menjadi variabel dependen dan diteliti dalam penelitian saya.

Tabel 3.3 Indikator Variabel Perilaku Konsumtif

Kode	Item Pertanyaan
PK1	Saya mudah tertarik promosi cashback dan diskon di e-wallet.
PK2	Saya sering menghabiskan uang lebih banyak saat menggunakan e-wallet.
PK3	Saya sering membeli barang secara impulsif menggunakan e-wallet.
PK4	Saya merasa pembelian saya melalui e-wallet terkadang berlebihan
PK5	Penggunaan e-wallet membuat saya menjadi boros.

3.4.2 Variabel Bebas (Independent Variable)

3.4.2.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease of Use)

Persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada keyakinan pengguna bahwa teknologi tertentu dapat digunakan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan dinilai dari seberapa mudah teknologi tersebut dipelajari, dipahami, dan dioperasikan oleh pengguna. Semakin tinggi skor persepsi kemudahan penggunaan, berarti pengguna merasa teknologi tersebut sangat mudah digunakan.

Tabel 3.4 Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kode	Item Pertanyaan
PEOU1	Saya rasa menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja saya dalam bertransaksi.
PEOU2	Fitur-fitur e-wallet mempercepat aktivitas transaksi saya
PEOU3	Penggunaan e-wallet meningkatkan produktivitas saya.
PEOU4	E-wallet mempermudah urusan pembayaran dan transaksi saya.
PEOU5	Secara keseluruhan e-wallet bermanfaat untuk transaksi saya.

3.4.2.2 Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness)

Persepsi kegunaan merupakan keyakinan pengguna bahwa menggunakan suatu teknologi akan memberikan manfaat bagi

dirinya berupa peningkatan performa dan produktivitas (Davis, 1989). Semakin tinggi skor persepsi kegunaan, berarti pengguna yakin teknologi tersebut bermanfaat untuk meningkatkan kinerjanya.

Tabel 3.5 Indikator Variabel Persepsi Kegunaan

Kode	Item Pertanyaan
PU1	Saya tertarik menggunakan e-wallet dalam bertransaksi.
PU2	Saya berminat menjadikan e-wallet sebagai prioritas utama untuk bertransaksi.
PU3	Saya merekomendasikan e-wallet kepada teman dan kerabat
PU4	Saya berniat menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di masa depan
PU5	Saya ingin menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran utama.

3.4.2.3 Fitur Layanan

Fitur layanan merujuk pada produk atau layanan khusus yang ditawarkan oleh perusahaan untuk membedakan produknya dari kompetitor (Abrilia, 2020). Fitur layanan yang lengkap dan berkualitas akan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam bertransaksi baik secara online maupun offline. Semakin tinggi skor fitur layanan, berarti produk dinilai memiliki fitur yang lengkap dan berkualitas.

Tabel 3.6 Indikator Variabel Fitur Layanan

Kode	Item Pertanyaan
FL1	E-wallet menyediakan berbagai fitur lengkap untuk bertransaksi.
FL2	Fitur e-wallet mudah saya gunakan setiap harinya.
FL3	Saya merasa nyaman menggunakan e-wallet untuk bertransaksi.
FL4	E-wallet menyediakan beragam pilihan metode pembayaran.
FL5	Data dan privasi saya merasa aman menggunakan e-wallet.

3.4.3 Variabel Mediasi (Intervening Variable)

3.4.3.1 Minat Penggunaan

Minat penggunaan mengacu pada seberapa besar keinginan atau dorongan pengguna untuk menggunakan suatu aplikasi atau teknologi (Lestari et al., 2023). Semakin tinggi skor minat penggunaan, berarti pengguna memiliki ketertarikan dan keinginan yang kuat untuk menggunakan suatu aplikasi atau teknologi.

Tabel 3.7 Indikator Variabel Minat Penggunaan

Kode	Item Pertanyaan
MP1	Saya tertarik menggunakan e-wallet dalam bertransaksi.
MP2	Saya berminat menjadikan e-wallet sebagai prioritas utama untuk bertransaksi.
MP3	Saya merekomendasikan e-wallet kepada teman dan kerabat
MP4	Saya berniat menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di masa depan
MP5	Saya ingin menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran utama.

3.5 Uji Kualitas Data

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Nugraha (2022) Uji validitas dilakukan untuk menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Terdapat 25 pertanyaan kuesioner yang harus dijawab responden. Uji validitas bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Hipotesis yang digunakan dalam uji validitas adalah:

- H_0 diterima jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang berarti item pertanyaan dinyatakan valid.
- H_1 diterima jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, yang berarti item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Dengan demikian, uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa item-item pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan tepat.

3.5.2 Uji Reabilitas

Menurut Nugraha (2022) Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Tujuan uji reliabilitas adalah untuk menunjukkan konsistensi dari instrumen pengukuran jika digunakan untuk mengukur gejala yang sama pada waktu yang berbeda. Hipotesis yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau konsisten.
- Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha lebih kecil dari 0,60 maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Dengan kata lain, uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa hasil pengukuran dengan instrumen penelitian tersebut dapat dipercaya dan menunjukkan ketepatan yang sama jika diulang pengukurannya.

3.6 Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini akan diolah menggunakan IBM-SPSS Versi 25.0 kemudian dianalisis dengan alat statistik berikut ini:

3.6.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan apa adanya. Statistik deskriptif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan umum. Statistik deskriptif hanya menyajikan informasi karakteristik dari data sampel, seperti nilai maksimum, minimum, rata-rata, dan lainnya. Tujuan statistik deskriptif adalah membuat deskripsi atau gambaran yang jelas mengenai distribusi dan perilaku data tanpa bermaksud membuat inferensi yang berlaku secara umum. Statistik deskriptif meringkas kumpulan data yang besar agar lebih mudah dipahami dan diinterpretasi (Sugiyono, 2013).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Nugraha (2022), uji asumsi klasik perlu dilakukan pada analisis regresi linear berganda untuk memvalidasi apakah model regresi yang dibangun telah memenuhi asumsi-asumsi dasar. Pelaksanaan uji asumsi klasik akan memastikan bahwa hasil estimasi regresi linear berganda valid dan tidak bias. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Keempat pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah data telah memenuhi asumsi-asumsi dasar analisis regresi linear berganda agar interpretasi hasilnya benar. Dengan demikian, uji asumsi klasik wajib dilakukan sebelum melakukan analisis regresi linear berganda.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki data residual yang berdistribusi normal (Nugraha, 2022). Pada tahap uji normalitas, tujuannya adalah untuk menilai apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menunjukkan distribusi data yang normal. Uji statistik Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S) digunakan untuk menilai normalitas data.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi. Jika terjadi multikolinearitas, maka koefisien regresi menjadi tidak akurat (Nugraha, 2022). Multikolinearitas terjadi ketika ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Bagian ini menganalisis tingkat multikolinearitas dengan melihat nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Nilai umum yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah nilai toleransi $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 .

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika terjadi heteroskedastisitas, maka model regresi menjadi tidak efisien (Nugraha, 2022). Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah varians residual pada satu kasus pengamatan berbeda secara signifikan dari kasus lain dalam model regresi. Hal ini mengacu pada perbedaan dalam varian residual. Pendeteksian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat pola dalam grafik antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residu (SRESID).

3.6.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar residual pada data observasi yang diurutkan berdasarkan waktu. Autokorelasi menyebabkan uji signifikansi menjadi tidak akurat (Nugraha, 2022). Autokorelasi mengacu pada adanya korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya, terutama dalam konteks data time series. Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin Watson untuk mendiagnosis kemungkinan adanya autokorelasi pada data.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara setidaknya dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini, kita menerapkan analisis regresi berganda karena melibatkan lebih dari satu variabel independen. Hasil yang didapatkan dari analisis regresi berganda berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Pada penelitian ini terdapat 3 persamaan regresi berganda. Adapun persamaan 1 dari regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$: Koefisien variabel bebas

X_1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_2 : Persepsi Kegunaan

X_3 : Fitur Layanan

Z : Minat Penggunaan

ε : Error

Kemudian untuk persamaan 2 dari regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$: Koefisien variabel bebas

X_1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_2 : Persepsi Kegunaan

X_3 : Fitur Layanan

Y : Perilaku Konsumtif

ε : Error

Kemudian untuk persamaan 3 dari regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_z + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien variabel bebas

Z : Minat penggunaan

Y : Perilaku Konsumtif

ε : Error

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Evaluasi hasil uji t bergantung pada nilai signifikansi yang ditemukan dalam output perangkat lunak IBM-SPSS. Nilai signifikansi dinilai dari:

- nilai probabilitas (p) atau signifikansi $\leq 0,05$, dapat disimpulkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.
- Sebaliknya, jika nilai probabilitas (p) atau signifikansi $> 0,05$, dianggap bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Menurut Nugraha (2022), Uji t juga digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara satu variabel independen dan variabel dependen secara individual. Perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi tertentu, umumnya 5% atau 1%, digunakan dalam mengevaluasi uji t. Jika nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel tersebut secara statistik signifikan, menunjukkan bahwa variabel independen

memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji t juga sering digunakan untuk menguji signifikansi perbedaan rata-rata antara dua kelompok data.

3.6.4.2 Koefisien Determinasi

Menurut Nugraha (2022), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan kata lain, penggunaan model regresi semakin tepat jika nilai R^2 mendekati satu. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati nol, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Oleh karena itu, nilai R^2 dapat dijadikan ukuran ketepatan atau kecocokan model regresi yang digunakan.

BAB IV

ANALISIS DATA & PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengumpulan Data

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan Google Form (<https://forms.gle/8urbSxKtC49nDJ7U8>). Sebanyak 357 orang responden berpartisipasi dengan mengisi kuesioner tersebut. Dengan demikian, terkumpul 357 data kuesioner yang dapat digunakan untuk analisis dalam penelitian ini.

4.2 Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan sampingan yang dilakukan. Karakteristik demografis responden tersebut dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai profil responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini.

4.2.1 Jenis Kelamin Responden

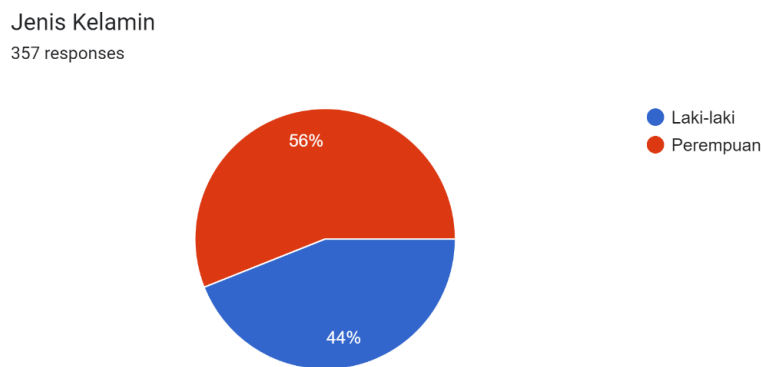
Dari hasil kuisoner penelitian yang telah disebarkan, diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	156	44%
Perempuan	201	56%
N (Responden)	357	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Gambar 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin



Berdasarkan dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jenis kelamin mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang mengisi kuesioner penelitian. Dari total sebanyak 357 responden, sebanyak 156 responden berjenis kelamin laki-laki (44%) dan sebanyak 201 responden berjenis kelamin perempuan (56%).

4.2.2 Asal Program Studi Responden

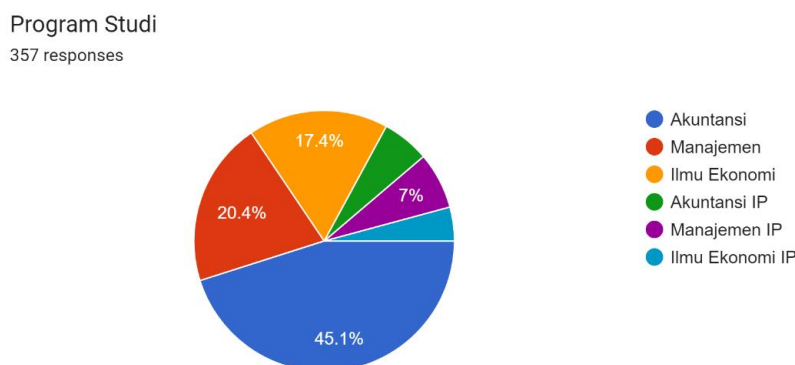
Dari hasil kuisoner penelitian yang telah disebarkan, diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.2.

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase
Akuntansi	161	45%
Manajemen	73	20%
Ilmu Ekonomi	62	17%
Akuntansi IP	21	6%
Manajemen IP	25	7%
Ilmu Ekonomi IP	15	4%
N (Responden)	357	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Program Studi



Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.2, ditunjukkan bahwa Asal Program Studi responden terbanyak adalah dari Program Studi Akuntansi sebanyak 161 responden (45%). Kemudian diikuti oleh Program Studi Manajemen sebanyak 73 responden (20%), dari Program Studi Ilmu Ekonomi sebanyak 62 responden (17%), Kemudian dari Program Studi Akuntansi IP sebanyak 21 responden (6%), dari Program Studi Manajemen IP sebanyak 25 responden (7%), dan yang terakhir dari Program Studi Ilmu Ekonomi IP sebesar 15 responden (4%).

4.2.3 Tahun Angkatan Studi Responden

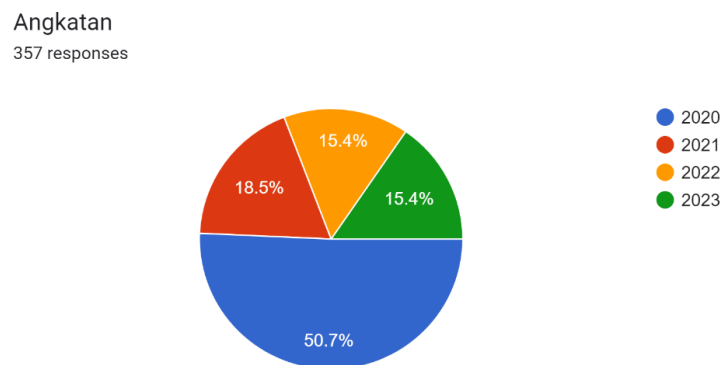
Dari hasil kuisioner penelitian yang telah disebarakan, diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Studi

Tahun Angkatan	Frekuensi	Presentase
2020	181	51%
2021	66	18%
2022	55	15%
2023	55	15%
N (Responden)	357	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Gambar 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Tahun Angkatan Studi



Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel 4.3, ditunjukkan bahwa Tahun Angkatan Studi responden terbanyak adalah dari Tahun Angkatan 2020 sebanyak 181 responden (51%). Kemudian diikuti oleh Tahun Angkatan 2021 sebanyak 66 responden (18%), dari Tahun Angkatan 2022 sebanyak 55

responden (15%), dan yang terakhir dari Tahun Angkatan 2023 sebanyak 55 responden (15%).

4.3 Uji Validitas Instrumen Item Variabel Penelitian

Seluruh item pernyataan kuisioner dianggap telah valid jika menunjukkan hasil $p\text{-value} \leq \alpha$ dengan α yang ditentukan oleh peneliti 1%, 5% atau 10% $p\text{-value}$ pada sistem aplikasi IBM-PSS dijelaskan dengan nilai significant (sig), dan pada penelitian kami menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%, maka probabilitas (sig-2 tailed) $\leq 0,05$ dinyatakan valid, sedangkan hasil perhitungan probabilitas (sig-2 tailed) $> 0,05$ dinyatakan tidak valid. Untuk item pernyataan yang tidak valid harus dibuang sehingga tidak digunakan dalam kuesioner. Hasil uji validitas penelitian dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	rhitung	Pvalue	Ket
Persepsi Kemudahan (X1)	Item 1	0,719	0,000	Valid
	Item 2	0,648	0,000	Valid
	Item 3	0,683	0,000	Valid
	Item 4	0,735	0,000	Valid
	Item 5	0,650	0,000	Valid
Persepsi Kegunaan (X2)	Item 1	0,764	0,000	Valid
	Item 2	0,673	0,000	Valid
	Item 3	0,653	0,000	Valid
	Item 4	0,700	0,000	Valid
	Item 5	0,721	0,000	Valid
Fitur Layanan (X3)	Item 1	0,695	0,000	Valid
	Item 2	0,603	0,000	Valid
	Item 3	0,610	0,000	Valid
	Item 4	0,672	0,000	Valid
	Item 5	0,655	0,000	Valid

Variabel	Item Pertanyaan	rhitung	Pvalue	Ket
Minat Penggunaan (Z)	Item 1	0,645	0,000	Valid
	Item 2	0,799	0,000	Valid
	Item 3	0,642	0,000	Valid
	Item 4	0,720	0,000	Valid
	Item 5	0,811	0,000	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Item 1	0,644	0,000	Valid
	Item 2	0,859	0,000	Valid
	Item 3	0,865	0,000	Valid
	Item 4	0,873	0,000	Valid
	Item 5	0,860	0,000	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh item pernyataan mempunyai p-value yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan telah valid. Artinya seluruh item pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian dinyatakan layak untuk mengukur data penelitian lebih lanjut.

4.4 Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas digunakan analisis Cronbach Alpha. Nilai batas atau cut off yang digunakan untuk menilai sebuah tingkat nilai kritis reliabilitas yang diterima adalah 0,6. Hasil Uji reliabilitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Ket
Persepsi Kemudahan (X1)	0,718	0,6	Reliable
Persepsi Kegunaan (X2)	0,742	0,6	Reliable
Fitur Layanan (X3)	0,650	0,6	Reliable
Minat Penggunaan (Z)	0,775	0,6	Reliable
Perilaku Konsumtif (Y)	0,882	0,6	Reliable

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel penelitian pada tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha pada masing-masing variabel penelitian memperoleh nilai reliabilitas lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,6. Dengan demikian semua item pernyataan dalam variabel penelitian dapat dinyatakan **Handal**. Sehingga semua item pernyataan variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

4.5 Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang diberikan atas dasar pernyataan dalam kuesioner. Analisis ini dilakukan untuk memperoleh gambaran penilaian responden pada variabel penelitian. Dengan menghitung minimum dari rata-rata, maksimum dari rata-rata, rata-rata (*mean*) dari rata-rata dan standar deviasi, hasil perhitungan statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif (Y)	357	1.00	4.00	3,0050	0,80132
Minat Penggunaan (Z)	357	1.00	4.00	3,4073	0,48927
Persepsi Kemudahan (X1)	357	1.00	4.00	3,5653	0,36677
Persepsi Kegunaan (X2)	357	1.00	4.00	3,5389	0,42290
Fitur Layanan (X3)	357	1.00	4.00	3,5154	0,36981

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui hasil jawaban dari seluruh responden pada setiap item pernyataan pada tiap variabel, berikut merupakan uraian hasil dari deskriptif variabel penelitian:

1. Data berasal dari 357 responden (N=357) untuk semua variabel (Kemudahan, Kegunaan, Fitur, Minat, dan Konsumtif). Ini berarti jumlah data cukup besar dan memadai untuk analisis statistik lebih lanjut.
2. Rata-rata skor untuk semua variabel cukup tinggi berkisar antara 3,0050 - 3,5653. Ini mengindikasikan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik pada semua variabel.
3. Variabel Kemudahan memiliki standar deviasi terendah yaitu 0,36677. Ini berarti penyebaran datanya paling tidak bervariasi dibanding variabel lainnya. Sedangkan variabel Konsumtif memiliki standar deviasi tertinggi yaitu 0,80132 yang berarti datanya paling bervariasi.

4. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap semua variabel, walaupun ada variasi penilaian terutama pada variabel Konsumtif. Data cukup memadai untuk analisis statistik lebih lanjut.

4.6 Uji Asumsi Klasik

4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki data residual yang berdistribusi normal (Nugraha, 2022). Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat dari Tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardized Residual
N		357
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.62897226
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.063
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		2.237
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olahdata, 2024

Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data residual atau sisa mengikuti distribusi normal atau tidak. Berdasarkan hasil tes Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,000, yang lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05 (5%). Ini menunjukkan bahwa data residual tidak terdistribusi secara normal. Kesimpulan ini didukung oleh nilai Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 2,237, yang relatif tinggi. Meskipun demikian, uji normalitas ini sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang besar. Dengan 357 responden dalam sampel, pelanggaran asumsi normalitas mungkin tidak terlalu berpengaruh secara signifikan.

4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Gejala multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF dibawah 10 maka model regresi yang diajukan tidak terdapat gejala multikolinieritas, begitu sebaliknya jika VIF lebih besar adari 10 maka terjadi gejala multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas penelitian dapat dilihat pada tabel 4.7, 4.8, dan 4.9 dibawah ini:

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Persepsi Kemudahan	0,440	2.273
Persepsi Kegunaan	0,499	2.006
Fitur Layanan	0,565	1.769
Minat Penggunaan	0,571	1.752

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1

Sumber : Hasil Olahdata, 2024

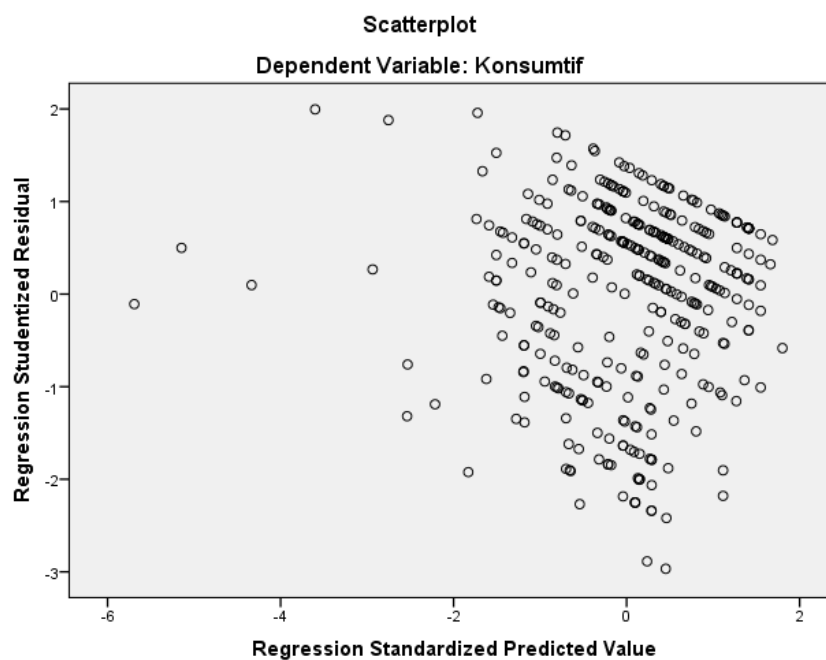
Berdasarkan tabel 4.7 di atas, diketahui nilai VIF untuk seluruh variabel bebas (independen) memiliki nilai VIF dibawah 10, sehingga model regresi yang diajukan dalam penelitian ini **tidak mengandung gejala multikolinieritas.**

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* antara satu pengamatan dengan pengamatan lain. Untuk menarik kesimpulan, kita perhatikan pola penyebaran titik-titik data pada grafik. Jika titik-titik data menyebar secara acak dan tidak mengumpul hanya pada satu sudut/area

tertentu saja, maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varian kesalahan prediksinya sama antar pengamatan. Kesimpulan ini menunjukkan model regresi baik digunakan untuk prediksi. Hasil uji heteroskedastisitas penelitian dapat dilihat pada gambar 4.4 dibawah ini:

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer, olah data 2024

Berdasarkan gambar 4.10 di atas, diketahui *plot residual* butir penelitian tersebar di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu Y, maka dapat dinyatakan **bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas**

4.6.4 Uji Autokorelasi

Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655 ^a	.429	.424	1.85621	1.765

Predictors: (Constant), Minat, Kemudahan, Fitur, Kegunaan

Dependent Variable: Konsumtif

Sumber : Hasil olahdata, 2024

Berdasarkan hasil uji Durbin Watson dengan jumlah sampel 357 responden dan tingkat kepercayaan 5%, didapatkan nilai Durbin Watson sebesar 1,765. Menurut tabel Durbin Watson untuk $n > 300$ pada tingkat kepercayaan 5%, nilai batas bawah (lower limit) adalah 1,63 dan batas atas (upper limit) adalah 1,68. Oleh karena nilai Durbin Watson 1,765 berada di antara batas atas 1,68 dan 4 - batas bawah ($4 - 1,63 = 2,37$), maka pada tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang diuji. Dengan demikian, pada tingkat kepercayaan 5% model regresi terbebas dari autokorelasi sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas (independen) dan variabel intervening terhadap variabel terikat (dependen). Lebih spesifik, analisis ini digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur layanan sebagai variabel bebas, serta variabel minat penggunaan sebagai variabel intervening terhadap perilaku konsumtif sebagai

variabel terikat. Pada penelitian ini, terdapat 3 persamaan regresi berganda.

Adapun persamaan regresi 1 dalam penelitian ini adalah:

$$Z = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$: Koefisien variabel bebas

X_1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_2 : Persepsi Kegunaan

X_3 : Fitur Layanan

Z : Minat Penggunaan

ε : Error

Kemudian untuk persamaan 2 dari regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_k$: Koefisien variabel bebas

X_1 : Persepsi Kemudahan Penggunaan

X_2 : Persepsi Kegunaan

X_3 : Fitur Layanan

Y : Perilaku Konsumtif

ε : Error

Kemudian untuk persamaan 3 dari regresi berganda pada penelitian ini yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 Xz + e$$

Keterangan :

β_0 : Konstanta

β_1 : Koefisien variabel bebas

Z : Minat penggunaan

Y : Perilaku Konsumtif

ε : Error

Berikut adalah hasil analisis regresi persamaan 1 pada penelitian ini:

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 1

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	0.440
Persepsi Kemudahan	0.074
Persepsi Kegunaan	0.353
Fitur Layanan	0.514

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Hasil olahdata, 2024

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diberi penjelasan sebagai berikut:

Persamaan 1

$$Y = 0,440 + 0,074X1 + 0,353X2 + 0,514X3$$

- a. Konstanta sebesar 0,440 menunjukkan bahwa jika nilai semua variabel X1, X2, dan X3 adalah 0, maka minat penggunaan (Y) nilainya adalah 0,440.

- b. Koefisien regresi X1 (persepsi kemudahan) bernilai positif yaitu 0,074. Artinya setiap peningkatan 1 unit nilai X1, maka minat penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,074. Namun pengaruh X1 tidak signifikan terhadap Y.
- c. Koefisien regresi X2 (persepsi kegunaan) bernilai positif yaitu 0,353. Artinya setiap peningkatan 1 unit nilai X2, maka minat penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,353. Pengaruh X2 terhadap Y adalah signifikan.
- d. Koefisien regresi X3 (fitur layanan) bernilai positif yaitu 0,514. Artinya setiap peningkatan 1 unit nilai X3, maka minat penggunaan (Y) akan meningkat sebesar 0,514. Pengaruh X3 terhadap Y juga signifikan.

Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 2

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	0.592
Persepsi Kemudahan	-0.213
Persepsi Kegunaan	0.656
Fitur Layanan	0.377

a. Dependent Variable: Konsumtif

Sumber : Hasil olahdata, 2024

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diberi penjelasan sebagai berikut:

Persamaan 2

$$Y = 0,592 - 0,213X1 + 0,656X2 + 0,377X3$$

- a. Konstanta sebesar 0,592 menunjukkan nilai perilaku konsumtif (Y) apabila semua nilai variabel bebas adalah 0.
- b. Koefisien regresi X1 bernilai negatif yaitu -0,213, artinya setiap peningkatan 1 unit nilai X1 justru akan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,213. Meskipun demikian, pengaruh X1 terhadap Y dalam model ini tidak signifikan.
- c. Koefisien regresi X2 bernilai positif yaitu 0,656, yang berarti setiap kenaikan 1 unit nilai X2 akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,656. X2 berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- d. Koefisien regresi X3 bernilai positif yaitu 0,377, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan 1 unit nilai X3 akan menaikkan perilaku konsumtif sebesar 0,377. Pengaruh X3 terhadap Y atau Perilaku Konsumtif juga signifikan.

Berikut adalah hasil analisis regresi persamaan 3 pada penelitian ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Persamaan 3

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	5.392
Minat	.565

a. Dependent Variable: Konsumtif

Sumber : Hasil Olahdata, 2024

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diberi penjelasan sebagai berikut:

Persamaan 3

$$Y = 5,392 + 0,565Z$$

- a. Konstanta sebesar 5,392 menunjukkan nilai perilaku konsumtif (Y) apabila nilai minat penggunaan (Z) adalah 0.
- b. Koefisien regresi Z (minat penggunaan) bernilai positif yaitu 0,565 dan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.8 Uji Hipotesis

4.8.1 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji statistik t (parsial). Uji parsial bertujuan mengetahui signifikansi pengaruh beberapa variabel bebas (independen) dan variabel intervening terhadap variabel terikat (dependen). Cara menentukan apakah pengaruh suatu variabel bebas signifikan atau tidak yaitu dengan melihat nilai probabilitas atau signifikansi hasil uji. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel bebas dianggap tidak berpengaruh signifikan. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada table dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian Persamaan 1

	Hipotesis	Koefisien	Probabilitas	Hasil
H1	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.074	0,331	Tidak Didukung data
H2	Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.353	0,000	Didukung data

H3	Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.514	0.000	Didukung data
H4	Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.565	0.000	Didukung data

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, diketahui masing-masing pengaruh variabel independen (Persepsi Kemudahan, Persepsi kegunaan, Fitur Layanan) terhadap variabel intervening (Minat Penggunaan), berikut uraian pengujian hipotesis dari variabel independent terhadap variable intervening:

1. Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,074 dan nilai signifikansi sebesar 0,331. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif karena nilai signifikansi $> 0,05$.
2. Variabel persepsi kegunaan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,353 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif karena nilai signifikansi $< 0,05$.
3. Variabel fitur layanan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,514 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap variable minat penggunaan karena nilai signifikansi $< 0,05$.

4. Variabel Minat penggunaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,565 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel minat penggunaan berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif karena nilai signifikansi $< 0,05$.

4.8.1.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis (dugaan) bahwa H_1 : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan. Besarnya koefisien regresi persepsi kemudahan terhadap minat yaitu 0,074 dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.213 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,331 dan 0.156 atau besar dari 5% (0.05) yang berarti tidak signifikan pada taraf signifikansi 5%, artinya bahwa H_1 pada penelitian ini dinyatakan **tidak didukung**. Dengan demikian bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

4.8.1.2 Pengujian Hipotesis Kedua

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis (dugaan) bahwa H_2 : Pengaruh Persepsi Kegunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan. Besarnya koefisien regresi persepsi kegunaan terhadap minat yaitu 0,353 dan persepsi kemudahan

terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.656 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 dan 0.000 atau lebih kecil dari 5% (0.05) yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%, artinya bahwa H₂ pada penelitian dinyatakan **didukung**. Dengan demikian bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

4.8.1.3 Pengujian Hipotesis Ketiga

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis (dugaan) bahwa H₃: Pengaruh Fitur Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan. Besarnya koefisien regresi fitur layanan terhadap minat yaitu 0,514 dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.377 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 dan 0.000 atau lebih kecil dari 5% (0.05) yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%, artinya bahwa H₃ pada penelitian dinyatakan **didukung**. Dengan demikian bahwa fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan.

4.8.1.4 Pengujian Hipotesis Keempat

Pada bab sebelumnya telah dikemukakan hipotesis (dugaan) bahwa H₄: Pengaruh Minat Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif. Besarnya koefisien regresi minat

penggunaan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.565 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 atau lebih kecil dari 5% (0.05) yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5%, artinya bahwa H₄ pada penelitian dinyatakan **didukung**. Dengan demikian bahwa minat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.8.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655 ^a	.429	.424	1.85621	1.765

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kegunaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel 4.16, diketahui hasil nilai koefisien determinasi (adjusted R² Square) model penelitian pertama sebesar 0,424. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel independen yang terdiri dari Persepsi Kemudahan, Persepsi kegunaan, Fitur Layanan pada Minat Penggunaan 42.4% dan sisanya sebesar 67.6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.405 ^a	.164	.157	3.67910	1.760

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kegunaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui hasil nilai koefisien determinasi (adjusted R² Square) model penelitian pertama sebesar 0,157. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel independen yang terdiri dari Persepsi Kemudahan, Persepsi kegunaan, Fitur Layanan pada Perilaku Konsumtif 15.7% dan sisanya sebesar 83.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 3

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.345 ^a	.119	.117	3.76553	1.667

a. Predictors: (Constant), Minat

b. Dependent Variable: Konsumtif

Berdasarkan tabel 4.18, diketahui hasil nilai koefisien determinasi (adjusted R² Square) model penelitian pertama sebesar 0,117. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa besarnya variasi variabel intervening yaitu minat penggunaan pada Perilaku Konsumtif 11.7% dan sisanya sebesar 97.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

4.9 Pembahasan Hipotesis

4.9.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa koefisien regresi dari persepsi kemudahan terhadap minat yaitu 0,074 dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.213 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,331 dan 0.156 atau besar dari 5% (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan e-wallet tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Meskipun kemudahan penggunaan biasanya dianggap penting dalam mengadopsi teknologi baru, pada kenyataannya mahasiswa lebih banyak dipengaruhi faktor lain dalam menentukan minat menggunakan e-wallet. Manfaat yang dirasakan, kepercayaan terhadap keamanan, dan preferensi pribadi terhadap metode pembayaran yang sudah dikenal sebelumnya lebih berpengaruh bagi mahasiswa. Oleh karena itu, walaupun e-wallet mudah digunakan, minat mahasiswa untuk mengadopsinya lebih ditentukan pertimbangan yang lebih luas, melampaui hanya sekedar persepsi kemudahan penggunaan.

Dari hasil penelitian diatas sejalan dengan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Nor & Pearce (2021) yang menyatakan bahwa Persepsi kemudahan (perceived ease of use) tidak berpengaruh

signifikan terhadap minat berkelanjutan (continuance intention) untuk menggunakan e-wallet pada mahasiswa. Dikarenakan mahasiswa sudah akrab dengan teknologi dan aplikasi seluler, sehingga kemudahan bukan faktor utama yang dipertimbangkan. Faktor harga, keamanan, kesenangan, serta fitur cashback dan diskon lebih penting dalam memprediksi minat jangka panjang mahasiswa menggunakan e-wallet. Pengaruh kemudahan lebih relevan pada penggunaan awal, namun bukan faktor kunci untuk penggunaan berkelanjutan.

Namun disisi lain, penelitian ini menunjukan perbedaan signifikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mawardani & Dwijayanti (2021), menyatakan bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital.

4.9.2 Persepsi Kegunaan Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa koefisien regresi dari persepsi kegunaan terhadap minat yaitu 0,353 dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.656 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 dan 0.000 atau lebih kecil dari 5% (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap

minat penggunaan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet oleh mahasiswa. Ketika mahasiswa menganggap e-wallet sebagai alat yang berguna dan memudahkan dalam melakukan transaksi, mereka cenderung lebih tertarik untuk menggunakannya. Persepsi kegunaan mencakup sejauh mana mahasiswa merasa bahwa e-wallet dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam melakukan pembayaran secara efisien dan efektif. Faktor-faktor seperti kemudahan navigasi, kecepatan transaksi, dan ketersediaan fitur-fitur tambahan yang bermanfaat secara langsung memengaruhi persepsi kegunaan e-wallet, dan hal ini berkontribusi pada tingkat minat penggunaan yang lebih tinggi oleh mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihayudha & Soepatini (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat penggunaan. Dari penelitian lainnya, yang dilakukan oleh Syukriyyah & Karyaningsih (2023) yaitu menyatakan bahwa terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap minat penggunaan.

4.9.3 Fitur Layanan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Penggunaan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa koefisien regresi dari fitur layanan terhadap minat yaitu 0,514 dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.377 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 dan 0.000 atau lebih kecil dari 5% (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan minat penggunaan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Hal ini menunjukkan bahwa Fitur layanan yang disediakan oleh penyedia e-wallet memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan oleh mahasiswa. Fitur-fitur tersebut termasuk kemampuan untuk melakukan berbagai jenis transaksi, seperti pembayaran tagihan, transfer uang antar pengguna, pembelian secara online, dan bahkan mendapatkan cashback atau diskon khusus. Selain itu, fitur-fitur keamanan seperti otentikasi dua faktor, enkripsi data, dan kemampuan untuk memantau riwayat transaksi juga sangat penting bagi mahasiswa dalam memilih untuk menggunakan e-wallet. Kemampuan untuk mengakses layanan secara mudah melalui aplikasi seluler juga menjadi faktor kunci, mengingat mahasiswa cenderung menggunakan perangkat seluler mereka untuk kegiatan sehari-hari. Dengan adanya fitur-fitur yang memenuhi kebutuhan dan keinginan

mahasiswa, minat mereka untuk mengadopsi e-wallet sebagai metode pembayaran utama meningkat secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abrilia (2020) Abrilia (2020), yang menyatakan bahwa fitur layanan pengaruhnya positif dan signifikan pada minat menggunakan pada aplikasi DANA di Surabaya.

4.9.4 Minat Penggunaan Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, diketahui bahwa koefisien regresi dari minat penggunaan terhadap perilaku konsumtif yaitu 0.565 dengan uji hipotesis diperoleh nilai signifikansinya adalah 0,000 atau lebih kecil dari 5% (0.05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Minat penggunaan e-wallet yang berpengaruh positif signifikan pada mahasiswa dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Ketika mahasiswa merasa tertarik dan nyaman menggunakan e-wallet untuk melakukan pembelian, mereka cenderung lebih sering melakukan transaksi pembelian secara impulsif dan menghabiskan lebih banyak uang. Kemudahan dalam proses pembayaran dan ketersediaan fitur-fitur seperti promosi dan diskon khusus dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak

direncanakan sebelumnya. Selain itu, akses mudah melalui perangkat seluler memungkinkan mahasiswa untuk berbelanja kapan saja dan di mana saja, meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku konsumtif. Oleh karena itu, minat yang tinggi dalam menggunakan e-wallet dapat menjadi faktor yang memperkuat perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Insana & Johan (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel penggunaan uang elektronik terhadap variabel perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI.

BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses dan pengujian data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka didapatkanlah kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa. Mahasiswa lebih dipengaruhi pertimbangan lain seperti manfaat yang dirasakan, keamanan, dan preferensi metode pembayaran dalam menentukan minat menggunakan e-wallet.
2. Persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet pada mahasiswa. Mahasiswa yang merasakan manfaat dari e-wallet cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk menggunakannya.
3. Fitur layanan e-wallet berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan pada mahasiswa. Fitur seperti kemudahan transaksi, cashback/diskon, serta fitur keamanan meningkatkan minat mahasiswa menggunakan e-wallet.
4. Minat penggunaan e-wallet berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi minat menggunakan e-wallet, semakin tinggi kecenderungan mahasiswa berperilaku konsumtif dalam pembelian.

5.2 Implikasi Penelitian

1. Bagi pengguna (mahasiswa)

- Perlu meningkatkan pemahaman mengenai manfaat dan kegunaan e-wallet agar minat menggunakannya juga meningkat.
- Perlu bijak dalam penggunaan e-wallet agar tidak terjebak perilaku konsumtif berlebihan yang dapat merugikan.

2. Bagi pemilik usaha (penyedia layanan e-wallet)

- Perlu meningkatkan fitur dan layanan yang bermanfaat bagi mahasiswa pengguna.
- Perlu memperkuat sistem keamanan dan privasi data pengguna.
- Perlu mengendalikan program promosi agar tidak memperburuk perilaku konsumtif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

- Dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut dengan mempertimbangkan variabel lain yang memengaruhi minat dan perilaku mahasiswa.
- Dapat melanjutkan penelitian dengan metode kualitatif untuk memahami perilaku mahasiswa secara lebih mendalam.
- Dapat mengkaji dampak intervensi tertentu untuk mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan yang memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian ini, yaitu:

- Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia sebagai responden, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi untuk populasi mahasiswa yang lebih luas.
- Metode kuantitatif digunakan dengan pengumpulan data sekali waktu (cross sectional) melalui kuesioner, yang memiliki keterbatasan dalam memahami perilaku mahasiswa pengguna e-wallet secara mendalam dan perkembangannya dari waktu ke waktu.
- Lalu, Besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen relatif kecil berdasarkan hasil uji R², mengindikasikan masih banyak faktor lain di luar model yang memengaruhi minat dan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-wallet.
- Penelitian belum mempertimbangkan berbagai faktor moderasi atau efek mediasi yang mungkin memiliki peran penting dalam memahami perilaku mahasiswa terkait penggunaan e-wallet.

5.4 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya dalam rangka pengembangan studi dengan topik yang sama atau relevan. Dengan mempertimbangkan keterbatasan dan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan tidak berpaku pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia sebagai responden atau lebih memperluas objek penelitian di banyak universitas atau perguruan tinggi lainnya.
2. Diharapkan bahwa penelitian selanjutnya dapat mengintegrasikan metode kualitatif melalui wawancara dengan metode kuantitatif menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian akan menjadi lebih komprehensif dan mendalam, memungkinkan untuk pemahaman yang lebih baik terkait perilaku mahasiswa terkait penggunaan e-wallet.

DAFTAR REFERENSI

- Abrilia, N. D. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 1006–1012.
- Alwi, S., Nadia, M., Salleh, M., Kamarudin, H. S., Alpandi, R. M., Ekhmar, S., & Razak, A. (2019). *The e-wallet usage as an acceptance indicator on Financial Technology in Malaysia* (Vol. 4).
- Amin, M., Supriyanto, E., Amin, M. Z., & Najibullah. (2020). The effect of e-wallet on consumptive behavior mediated by lifestyle. *Management Science Letters*, 10(14), 3307–3312.
- Bank Indonesia. (2014, April 8). *Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tahun 2014 : Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*. Bank Indonesia. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/135364/peraturan-bi-no-168pbi2014-tahun-2014>
- Bank Indonesia. (2018a, May 7). *PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 20/6/PBI/2018 TENTANG UANG ELEKTRONIK*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx>
- Bank Indonesia. (2018b, December 1). *MENGENAL FINANCIAL TEKNOLOGI*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi.aspx>
- Claudy, M. , C., Garcia, R., & O’Driscoll, A. (2015). Consumer resistance to digital innovation: A psychological perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 176–187.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology (Fred D. Davis). *MIS Quarterly*.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Davis, K., Maddock, R., & Foo, M. (2017). Catching up with indonesia’s fintech industry. *Law and Financial Markets Review*, 11(1), 33–40. <https://doi.org/10.1080/17521440.2017.1336398>
- Dirwan, & Latief, F. (2020). ASPEK YANG MEMPENGARUHI MINAT PENGGUNAAN UANG DIGITAL DI KOTA MAKASSAR. *Jurnal Mirai*

- Management*, 6(1), 2597–4084.
<https://journal.steamkop.ac.id/index.php/miraipg.288>
- Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). Menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money. *JURNAL MANAJEMEN*, 12(2), 209–217.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Fikri, A. (2021). PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU. *Komunika : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 1–8.
<https://talenta.usu.ac.id/komunika/article/view/7556>
- Granić, A., & Marangunić, N. (2019). Technology acceptance model in educational context: A systematic literature review. In *British Journal of Educational Technology* (Vol. 50, Issue 5, pp. 2572–2593). Blackwell Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1111/bjet.12864>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. In *Jurnal Ekonomi* (Vol. 17, Issue 2).
- Jusuf, J. (2020). KEDUDUKAN UANG ELEKTRONIK DALAM HUKUM INDONESIA BERDASARKAN PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR 20/6/PBI/2018 TENTANG UANG ELEKTRONIK. *Jurnal Education and Development*, 8(3), 318–320.
<https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/1961>
- Kurniawan, E., Sardini, S., Wulandari, C. H., & Silalahi, P. R. (2023). Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan. *MRI : Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 234–247.
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Sefung, A. T., Budhi, U., & Tangernag, D. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. In *Jurnal Sains Manajemen* (Vol. 5). www.cermati.com
- Kutler, J. (1993). *Citibank is shedding individualistic image*. American Banker.
- Lestari, M., Soleh, A., & Nasution, S. (2023). The Effect of E-Wallet and E-Money on Consumptive Behavior of the People of Bengkulu City Pengaruh E-Wallet dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 4(1), 85–94. <https://doi.org/10.53697/emak.v4i1>
- Ling, W. A., Raam, A., Binti Mohd Rizal, A. N., Binti Niyas Ali, A. P., Khoiruwnia, F., Satia Utama, A. A. G., & Kok Ban, D. T. (2023). Factors

- Influencing Consumers' Behavioral Intention to Use Electronic Wallet: A Study of Touch 'n Go E-wallet. *Journal of The Community Development in Asia*, 6(2), 148–158. <https://doi.org/10.32535/jcda.v6i2.2295>
- Malik, A. N. A., & Annuar, S. N. S. (2021). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Reward, and Perceived Risk toward E-Wallet Usage Intention. In *Eurasian Studies in Business and Economics* (Vol. 17, pp. 115–130). Springer Science and Business Media B.V. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65147-3_8
- Mawardani, F., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Dompot Digital Shopeepay Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1445–1463. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/41808>
- Nabilah Muhamad. (2023, June 20). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/20/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- Ngampus, W., Telagawathi, N. L. W. S., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar. Publik- Jurnal Manajemen. *PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Admistrasi Dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo*, 10(3), 971–985. <https://stia-binataruna.e-journal.id/PUBLIK/article/view/647>
- Nor, K. M., & Pearce, J. (2021). Understanding university students' continuance intention to use e-wallets: Perspectives from an emerging economy. *Young Consumers*, 22(2), 152–170.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik*. Pradina Pustaka.
- Nurdin, N., Azizah, W. N., & Rusli, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finansial Technology (Fintech) Pada Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. In *Jurnal Perbankan dan Keuangan Syariah* (Vol. 2, Issue 2). <https://www.bi.go.id>
- Nurzanita, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan gopay di surabaya dengan kepercayaan sebagai

variabel intervening. *AKUNTABEL*, 17(2), 277–288.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>

- Nustini, Y., & Adhinagari, A. H. (2020). PENERAPAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL PADA PENGGUNAAN E-MONEY STUDI PADA WILAYAH NON PERKOTAAN. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(2).
<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/30471>
- Patrisia, Ellyawati, N., Piar, C. S., & Astuti, R. F. (2023). PENGARUH PEMBAYARAN NON TUNAI (E-WALLET) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN ILMU SOSIAL FKIP UNIVERSITAS MULAWARMAN. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 11(1), 1–8.
<https://ojs.fkip.ummetro.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/7852/0>
- Prihayudha, E. K., & Soepatini, S. (2023). Prihayudha, E. K., & Soepatini, S. (2023). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Usefulness Dan Perceived Risk Terhadap Intention To Use (Studi Empiris Penggunaan Aplikasi Ovo Pada Konsumen Di Surakarta). *Innovative Jo. Pengaruh Perceived Ease Of Use, Usefulness Dan Perceived Risk Terhadap Intention To Use (Studi Empiris Penggunaan Aplikasi Ovo Pada Konsumen Di Surakarta)*.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior*, 77, 374–381. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business and Information Systems Engineering*, 59(1), 69–76. <https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6>
- Rohmah, R. A. N., & Yucha, N. (2023). The Effect Of E-Wallet, a Hedonist Lifestyle with Self Control as an Intervening Variable on Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(2), 105–112.
<https://doi.org/10.37802/jamb.v4i2.522>
- Sahistya Dhanesworo. (2022, July 25). *Dompot Digital Makin Diminati*. Katadata.Co.Id.
<https://katadata.co.id/dinihariyanti/infografik/639fe20e7f7e1/dompot-digital-makin-diminati>
- Selsapagita, I., & Sukardi, B. (2023). Quality E-Wallet Transaction Services for Indonesia's Millennial Student Generation. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, 7(1), 107–125. <https://doi.org/10.21070/perisai.v7i1.1632>
- Setiawan, B., Nugraha, D. P., Irawan, A., Nathan, R. J., & Zoltan, Z. (2021). User innovativeness and fintech adoption in indonesia. *Journal of Open*

- Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3).
<https://doi.org/10.3390/joitmc7030188>
- Shatto, B., & Erwin, K. (2016). Moving on From Millennials: Preparing for Generation Z. *Journal of Continuing Education in Nursing*, 47(6), 253–254.
<https://doi.org/10.3928/00220124-20160518-05>
- Singh, S., & Verma, N. (2021). The dark side of mobile wallets: Understanding the impact of mobile wallets on compulsive buying behavior. . *Journal of Internet Commerce*, 20(3), 341–365.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syukriyyah, S., & Karyaningsih, K. (2023). Pengaruh Promosi Penjualan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat menggunakan E-Wallet Shopeepay Pada Mahasiswa. *Transformasi Manageria Journal of Islamic Education Management*, 3, 263.
<https://doi.org/10.47476/manageria.v3i2.2329>
- Ummah, F. I., Zhafira, W. A., Effendy, A. D., Mahdiyyah, A. F., & Pandin, M. G. R. (2021). *THE INFLUENCE OF E-WALLET ON A CONSUMPTIVE LIFESTYLE IN GENERATION Z: AIRLANGGA UNIVERSITY STUDENTS (English Department)*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wawo, A. B., Safaruddin, & Qalbi, N. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN DOMPET ELEKTRONIK SEBAGAI ALAT TRANSAKSI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 08(02), 142–153. <http://jak.uho.ac.id/index.php/journal>
- Widiyanti, W. (2020). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet OVO di Depok. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter54>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Muhammad Fatchul Wahab Amrulloh mahasiswa tingkat akhir Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Minat Penggunaan E-Wallet: Determinan dan Dampaknya Pada Perilaku Konsumtif”. Dalam Kesempatan ini saya mengharapkan partisipasi saudara/saudari untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Atas kesediaannya saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Adapun kriteria responden yang saya butuhkan yaitu:

1. Berstatus sebagai mahasiswa/mahasiswi aktif di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
2. Responden memiliki dan menggunakan dompet digital atau e-wallet di semua *platform* dalam bertransaksi minimal 1 kali

Seluruh informasi mengenai identitas responden serta jawaban yang diberikan akan digunakan sebagai bahan penelitian ini dan dijaga kerahasiaannya. Atas kesediaannya saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Peneliti,

Muhammad Fatchul Wahab Amrulloh

BAGIAN I

Pertanyaan pada bagian I berupa identitas dari responden. Isi dan berilah tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia untuk jawaban anda. Identitas Responden:

1. Nama (boleh inisial):

2. Jenis Kelamin :

Laki - laki Perempuan

3. Program Studi:

4. Angkatan:

2020 2021 2022 2023

5. Nomor Handphone (optional):

6. Apakah anda memiliki dan menggunakan *e-wallet* :

Ya Tidak

BAGIAN II

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Dimohon kepada responden untuk memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan saudara/saudari. Indikator Persepsi Kemudahan dalam kuesioner ini diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert, yaitu dari 1 sampai 4.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Setuju (SS) = 4

Pertanyaan pada bagian II adalah untuk mengukur indikator variabel persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) pada aplikasi *e-wallet*.

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Saya rasa menggunakan e-wallet dapat meningkatkan kinerja saya dalam bertransaksi				
2	Fitur-fitur e-wallet mempercepat aktivitas transaksi saya				
3	Penggunaan e-wallet meningkatkan produktivitas saya				
4	Secara keseluruhan e-wallet bermanfaat untuk transaksi saya				
5	E-wallet mempermudah urusan pembayaran dan transaksi saya				

Sumber : F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)

BAGIAN III

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Dimohon kepada responden untuk memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan saudara/saudari. Indikator Persepsi Kegunaan dalam kuesioner ini diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert, yaitu dari 1 sampai 4.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Setuju (SS) = 4

Pertanyaan pada bagian III adalah untuk mengukur indikator variabel persepsi kegunaan (perceived usefulness) pada aplikasi *e-wallet*.

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Penggunaan e-wallet membantu meningkatkan kinerja saya dalam bertransaksi.				
2	Fitur e-wallet mempercepat aktivitas pembayaran saya.				
3	Produktivitas saya meningkat dengan menggunakan e-wallet.				
4	E-wallet memudahkan saya dalam bertransaksi dan berbelanja.				
5	E-wallet bermanfaat bagi aktivitas sehari-hari saya.				

Sumber : F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)

BAGIAN IV

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Dimohon kepada responden untuk memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan saudara/saudari. Indikator Fitur Layanan dalam kuesioner ini diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert, yaitu dari 1 sampai 4.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Setuju (SS) = 4

Pertanyaan pada bagian IV adalah untuk mengukur indikator variabel fitur layanan pada aplikasi *e-wallet*.

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	E-wallet menyediakan berbagai fitur lengkap untuk bertransaksi.				
2	Fitur e-wallet mudah saya gunakan setiap harinya.				
3	Saya merasa nyaman menggunakan e-wallet untuk bertransaksi.				
4	E-wallet menyediakan beragam pilihan metode pembayaran.				
5	Data dan privasi saya merasa aman menggunakan e-wallet.				

Sumber : Amin et al. (2020), Abrilia (2020)

BAGIAN V

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Dimohon kepada responden untuk memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan saudara/saudari. Indikator Minat Penggunaan dalam kuesioner ini diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert, yaitu dari 1 sampai 4.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Setuju (SS) = 4

Pertanyaan pada bagian V adalah untuk mengukur indikator variabel minat penggunaan pada aplikasi *e-wallet*.

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Saya tertarik menggunakan e-wallet dalam bertransaksi				
2	Saya berminat menjadikan e-wallet sebagai prioritas utama untuk bertransaksi.				
3	Saya merekomendasikan e-wallet kepada teman dan kerabat.				
4	Saya berniat menggunakan e-wallet untuk bertransaksi di masa depan.				
5	Saya ingin menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran utama.				

Sumber : F. D. Davis (1989), Venkatesh & Davis (2000)

BAGIAN VI

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Dimohon kepada responden untuk memberi tanda centang (✓) pada kolom jawaban yang dipilih sesuai dengan keadaan saudara/saudari. Indikator Perilaku Konsumtif dalam kuesioner ini diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert, yaitu dari 1 sampai 4.

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Setuju (S) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Setuju (SS) = 4

Pertanyaan pada bagian VI adalah untuk mengukur indikator variabel perilaku konsumtif pada aplikasi *e-wallet*.

No.	Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Saya mudah tertarik promosi cashback dan diskon di e-wallet.				
2	Saya sering menghabiskan uang lebih banyak saat menggunakan e-wallet.				
3	Saya sering membeli barang secara impulsif menggunakan e-wallet.				
4	Saya merasa pembelian saya melalui e-wallet terkadang berlebihan				
5	Penggunaan e-wallet membuat saya menjadi boros				

Sumber : Abrilia (2020)

LAMPIRAN 2**TABULASI DATA KUESIONER**

No	Persepsi Kemudahan X1					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X1
1	2	2	3	3	3	13
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	4	4	19
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	3	4	4	19
12	4	3	3	3	4	17
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	3	19
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	4	4	4	19
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	4	16
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	3	3	18
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
25	3	4	3	4	4	18
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	3	4	3	3	4	17
30	4	4	4	4	3	19
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	3	4	4	19
33	3	3	3	3	3	15
34	4	3	2	4	4	17
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	4	4	4	18
39	4	4	3	4	4	19
40	3	3	4	3	4	17
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	4	4	20
43	3	4	3	3	4	17
44	4	3	3	4	4	18
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	3	3	4	4	18
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	3	4	3	3	4	17
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	3	19
58	2	3	3	3	4	15
59	3	4	3	4	4	18
60	4	4	2	4	4	18
61	3	4	3	4	4	18
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	3	4	19
65	3	4	3	3	4	17
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	4	4	17
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	3	4	4	19
71	3	4	2	4	4	17
72	3	4	4	4	4	19
73	3	4	2	4	4	17
74	3	4	4	4	4	19
75	3	3	3	3	3	15
76	4	4	4	4	4	20
77	1	4	1	4	4	14
78	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
79	4	4	4	4	4	20
80	3	4	4	3	4	18
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	3	4	4	3	18
85	4	3	4	3	4	18
86	3	4	4	4	4	19
87	3	4	3	4	4	18
88	4	4	3	4	3	18
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	3	4	3	17
91	3	3	3	3	3	15
92	4	3	4	3	4	18
93	4	3	4	3	3	17
94	4	4	4	3	4	19
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	4	3	3	17
97	3	4	4	4	4	19
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20
101	4	4	4	4	4	20
102	4	4	4	4	4	20
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	4	20
105	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
106	4	4	4	4	4	20
107	3	3	3	3	3	15
108	4	4	4	4	4	20
109	4	4	4	4	4	20
110	3	3	3	3	3	15
111	3	3	3	3	3	15
112	3	3	3	3	3	15
113	4	4	4	4	4	20
114	1	1	1	1	1	5
115	3	4	3	3	4	17
116	4	4	4	4	4	20
117	3	3	3	3	3	15
118	4	4	3	3	4	18
119	3	3	3	3	3	15
120	3	3	3	3	3	15
121	4	4	4	4	4	20
122	4	4	3	4	4	19
123	4	4	4	4	4	20
124	4	4	3	4	4	19
125	4	4	4	4	4	20
126	3	3	3	3	3	15
127	4	4	4	4	4	20
128	3	3	3	3	4	16
129	4	4	4	4	4	20
130	4	4	4	4	4	20
131	4	4	3	3	4	18
132	3	4	3	3	4	17

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
133	4	4	4	3	4	19
134	4	4	4	4	4	20
135	4	4	4	4	4	20
136	4	4	4	4	4	20
137	4	4	4	4	4	20
138	4	4	4	4	4	20
139	2	4	2	3	4	15
140	4	4	4	4	4	20
141	4	4	4	4	4	20
142	4	4	4	4	4	20
143	3	3	3	3	3	15
144	4	4	3	4	4	19
145	3	3	3	3	3	15
146	3	4	4	3	3	17
147	3	3	4	3	3	16
148	4	4	4	4	4	20
149	3	4	2	2	4	15
150	4	4	4	4	4	20
151	3	3	3	3	3	15
152	2	3	2	4	3	14
153	4	4	4	4	4	20
154	3	2	2	3	3	13
155	4	4	3	4	4	19
156	4	4	4	4	4	20
157	4	4	3	4	4	19
158	4	4	4	4	4	20
159	4	4	3	4	3	18

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
160	4	4	3	4	4	19
161	3	3	3	3	3	15
162	4	4	4	4	4	20
163	3	3	2	3	4	15
164	4	4	3	4	4	19
165	4	3	3	3	3	16
166	4	4	4	4	4	20
167	4	4	4	4	4	20
168	4	4	4	4	4	20
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	4	20
172	4	3	4	3	3	17
173	4	3	4	3	4	18
174	4	4	4	3	3	18
175	3	4	3	4	3	17
176	4	4	4	3	4	19
177	3	3	4	3	4	17
178	4	4	4	4	4	20
179	4	4	4	4	4	20
180	4	4	4	4	4	20
181	4	3	3	3	3	16
182	4	3	3	4	4	18
183	3	4	4	3	3	17
184	4	4	3	3	3	17
185	3	3	4	3	3	16
186	4	3	3	3	3	16

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
187	4	4	4	4	4	20
188	4	4	4	4	3	19
189	3	3	3	3	4	16
190	3	3	4	3	4	17
191	3	3	3	4	4	17
192	4	4	4	4	4	20
193	4	4	4	4	4	20
194	4	4	4	4	4	20
195	4	3	3	3	4	17
196	3	4	4	3	4	18
197	4	3	4	4	4	19
198	4	4	4	4	4	20
199	3	3	3	3	3	15
200	4	4	4	3	3	18
201	3	3	4	4	4	18
202	4	3	3	4	4	18
203	3	4	3	3	4	17
204	3	4	3	4	4	18
205	4	3	4	4	4	19
206	3	4	4	3	3	17
207	4	3	4	4	3	18
208	4	3	4	3	3	17
209	4	3	4	4	4	19
210	4	3	4	3	3	17
211	4	4	3	3	3	17
212	4	3	4	4	3	18
213	4	3	3	4	4	18

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
214	4	3	4	4	3	18
215	4	3	4	4	4	19
216	4	3	3	4	4	18
217	3	4	3	3	3	16
218	4	3	3	4	4	18
219	4	3	4	4	4	19
220	4	3	4	3	3	17
221	4	3	4	4	3	18
222	4	3	3	4	4	18
223	4	3	3	4	4	18
224	4	3	4	3	3	17
225	4	3	3	3	4	17
226	3	4	4	3	3	17
227	4	4	3	4	4	19
228	4	4	3	4	3	18
229	4	3	3	4	4	18
230	4	3	3	4	4	18
231	3	3	4	4	4	18
232	4	4	4	4	4	20
233	3	4	3	4	3	17
234	3	4	4	3	4	18
235	3	4	3	3	4	17
236	4	3	3	4	4	18
237	3	4	3	4	4	18
238	4	3	3	3	4	17
239	4	2	3	4	3	16
240	4	3	2	4	3	16

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
241	4	3	4	4	4	19
242	4	4	3	2	3	16
243	3	4	3	3	4	17
244	4	3	4	3	3	17
245	4	4	3	3	4	18
246	4	4	3	4	4	19
247	4	3	4	4	4	19
248	4	4	4	4	4	20
249	3	4	3	3	4	17
250	3	4	3	3	4	17
251	3	4	3	3	4	17
252	4	3	2	4	4	17
253	3	4	4	4	3	18
254	3	4	4	3	3	17
255	4	3	4	4	3	18
256	4	4	4	3	3	18
257	3	4	4	4	3	18
258	4	4	4	3	3	18
259	3	4	4	3	3	17
260	4	3	4	4	4	19
261	3	4	3	4	4	18
262	4	3	2	3	3	15
263	4	4	3	3	4	18
264	3	4	4	3	4	18
265	4	4	3	4	4	19
266	3	4	4	3	4	18
267	3	4	4	3	4	18

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
268	3	4	4	3	4	18
269	1	1	2	1	2	7
270	3	4	4	3	4	18
271	3	4	3	3	4	17
272	3	4	4	3	4	18
273	3	4	4	3	4	18
274	4	3	4	4	4	19
275	4	4	3	4	3	18
276	4	3	3	3	4	17
277	4	3	4	4	4	19
278	4	3	3	4	4	18
279	4	3	4	4	3	18
280	4	3	4	4	3	18
281	4	3	3	4	4	18
282	3	4	4	3	4	18
283	3	4	3	4	4	18
284	3	4	3	4	4	18
285	4	3	4	4	4	19
286	3	4	4	3	3	17
287	4	3	4	3	4	18
288	4	3	3	4	4	18
289	4	4	3	3	4	18
290	4	4	3	4	3	18
291	4	3	3	4	4	18
292	4	3	4	4	4	19
293	4	4	3	4	3	18
294	2	3	1	3	3	12

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
295	3	4	3	4	4	18
296	3	2	3	3	2	13
297	4	3	2	4	4	17
298	4	3	2	3	4	16
299	4	3	4	3	3	17
300	3	3	4	3	4	17
301	3	4	4	4	4	19
302	4	4	2	4	4	18
303	3	4	2	3	4	16
304	3	4	4	4	3	18
305	4	3	4	4	3	18
306	3	4	4	4	3	18
307	3	4	4	3	4	18
308	3	4	3	4	4	18
309	3	4	3	3	4	17
310	3	3	4	3	3	16
311	4	4	3	3	3	17
312	4	3	3	4	3	17
313	4	4	3	3	4	18
314	3	3	3	4	4	17
315	4	4	3	4	3	18
316	4	3	3	4	4	18
317	3	3	3	4	4	17
318	4	3	4	4	4	19
319	4	4	4	3	3	18
320	3	3	3	4	3	16
321	4	4	3	3	3	17

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
322	4	3	4	3	4	18
323	3	4	4	3	3	17
324	4	4	3	3	4	18
325	3	4	3	4	4	18
326	4	3	4	3	3	17
327	4	3	3	3	4	17
328	4	3	3	4	4	18
329	4	4	4	4	3	19
330	4	3	4	4	4	19
331	4	3	4	4	4	19
332	4	3	3	4	4	18
333	4	3	2	3	4	16
334	4	3	3	4	4	18
335	4	4	4	3	4	19
336	4	3	4	4	3	18
337	4	4	3	3	3	17
338	3	4	3	3	4	17
339	3	4	3	4	4	18
340	3	4	3	3	4	17
341	4	3	3	4	3	17
342	3	4	4	3	4	18
343	3	4	3	3	4	17
344	3	4	3	4	4	18
345	4	4	3	3	4	18
346	3	4	3	3	4	17
347	3	4	4	3	4	18
348	3	4	3	4	4	18

No	Persepsi Kemudahan X1					TOTAL X1
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
349	3	4	3	4	4	18
350	4	3	3	4	4	18
351	4	4	3	4	4	19
352	3	4	3	4	4	18
353	4	4	3	3	4	18
354	3	4	3	3	4	17
355	3	4	3	4	4	18
356	1	2	1	1	2	7
357	4	4	3	4	4	19

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
1	2	3	2	2	2	11
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	4	3	18
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	3	4	4	19
12	4	3	3	4	4	18
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	4	3	17
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	3	15
20	4	4	3	3	3	17
21	4	4	4	4	4	20
22	3	3	3	3	2	14
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	3	4	4	18
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	3	4	4	19
33	3	3	3	3	3	15
34	4	3	3	4	4	18
35	3	4	3	4	4	18
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	3	19
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	3	4	4	19
40	4	4	4	4	4	20
41	3	3	3	3	4	16
42	4	4	4	4	4	20
43	3	4	4	3	3	17
44	3	2	3	4	4	16
45	4	4	4	4	4	20
46	3	4	4	4	3	18
47	2	4	3	4	3	16
48	3	3	3	3	3	15
49	3	3	3	3	3	15
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kegunaan X2					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
55	3	4	3	4	3	17
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	2	3	2	3	2	12
59	3	3	4	3	3	16
60	3	4	2	4	4	17
61	3	4	3	4	2	16
62	4	4	3	4	4	19
63	4	4	4	4	4	20
64	3	3	3	4	4	17
65	3	4	3	4	3	17
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	3	4	4	18
69	4	4	3	4	4	19
70	4	4	3	3	2	16
71	4	4	3	4	4	19
72	4	3	4	4	3	18
73	3	4	2	4	4	17
74	3	4	4	4	3	18
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	2	4	4	18
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	3	4	3	18
85	3	4	3	4	3	17
86	3	4	3	4	3	17
87	3	4	3	4	3	17
88	4	3	4	3	4	18
89	4	4	4	4	3	19
90	3	4	3	4	3	17
91	4	4	3	3	4	18
92	4	3	4	3	4	18
93	4	4	4	4	3	19
94	4	3	4	4	4	19
95	3	4	3	4	4	18
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20
101	4	4	4	4	4	20
102	4	4	4	4	4	20
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	4	20
105	4	4	4	4	4	20
106	3	3	3	3	3	15
107	4	4	4	4	4	20
108	4	3	4	3	3	17

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
109	3	3	4	3	4	17
110	4	4	4	3	3	18
111	3	3	3	3	3	15
112	3	3	3	3	3	15
113	4	4	4	4	4	20
114	1	1	1	1	1	5
115	3	4	3	4	3	17
116	4	4	4	4	4	20
117	4	4	4	4	4	20
118	4	4	3	4	3	18
119	3	3	3	3	3	15
120	3	3	3	3	3	15
121	4	4	4	4	4	20
122	4	4	3	4	4	19
123	4	4	4	4	3	19
124	4	4	3	3	4	18
125	4	4	4	4	4	20
126	3	3	3	3	3	15
127	4	4	3	4	4	19
128	3	4	3	3	3	16
129	4	4	4	4	4	20
130	4	4	4	4	4	20
131	4	4	4	4	4	20
132	3	4	3	4	3	17
133	4	4	4	4	4	20
134	4	3	3	4	4	18
135	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
136	4	4	4	4	4	20
137	4	4	4	4	4	20
138	4	3	3	4	4	18
139	2	2	2	3	3	12
140	4	4	4	4	4	20
141	4	4	2	4	4	18
142	4	4	4	4	4	20
143	3	3	3	3	3	15
144	4	4	3	4	4	19
145	3	3	3	3	3	15
146	3	3	3	3	3	15
147	3	3	3	3	3	15
148	4	4	4	4	4	20
149	3	4	2	4	3	16
150	4	4	4	4	4	20
151	3	3	3	3	3	15
152	2	3	2	3	3	13
153	4	4	4	4	4	20
154	2	2	2	3	2	11
155	3	4	3	4	4	18
156	4	4	4	4	4	20
157	4	3	3	4	4	18
158	4	4	4	4	4	20
159	4	4	4	3	4	19
160	4	4	4	4	4	20
161	3	3	3	3	3	15
162	4	4	4	4	4	20

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
163	2	4	2	4	3	15
164	3	4	3	4	3	17
165	4	4	4	3	3	18
166	3	4	4	4	4	19
167	4	4	4	4	4	20
168	3	4	3	4	4	18
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	3	4	19
172	3	3	3	3	3	15
173	4	4	4	4	4	20
174	4	3	3	4	4	18
175	4	4	4	3	3	18
176	4	3	3	4	3	17
177	3	3	4	4	4	18
178	4	4	4	4	4	20
179	4	4	4	4	4	20
180	4	4	4	4	4	20
181	4	4	3	3	4	18
182	4	4	4	3	3	18
183	2	2	2	2	3	11
184	4	4	3	4	4	19
185	3	4	3	4	3	17
186	3	3	4	4	4	18
187	4	4	4	4	4	20
188	3	3	3	3	4	16
189	4	3	4	4	4	19

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
190	4	4	3	4	4	19
191	4	4	4	4	4	20
192	4	4	4	4	3	19
193	3	3	3	3	3	15
194	4	4	4	4	4	20
195	4	3	4	4	3	18
196	3	4	3	4	3	17
197	3	3	4	4	4	18
198	4	4	4	3	3	18
199	4	4	4	4	4	20
200	4	4	4	4	4	20
201	4	4	4	4	4	20
202	4	3	2	4	1	14
203	4	3	4	3	3	17
204	4	3	2	4	2	15
205	3	4	3	4	3	17
206	4	3	3	4	4	18
207	3	3	4	4	4	18
208	3	3	3	4	3	16
209	3	3	4	4	4	18
210	3	3	4	4	3	17
211	3	4	4	3	3	17
212	3	3	3	4	3	16
213	4	3	3	3	4	17
214	3	3	3	4	3	16
215	2	4	3	3	4	16
216	3	4	4	3	4	18

No	Persepsi Kegunaan X2					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
217	4	4	4	3	4	19
218	2	3	4	3	3	15
219	4	4	3	3	2	16
220	4	4	3	3	3	17
221	2	4	3	3	3	15
222	2	3	4	3	3	15
223	4	4	3	3	4	18
224	4	3	4	3	3	17
225	2	4	3	4	4	17
226	4	4	3	4	4	19
227	3	4	3	4	3	17
228	4	3	3	4	4	18
229	4	3	2	3	4	16
230	3	4	3	4	3	17
231	4	4	4	4	4	20
232	4	4	4	4	4	20
233	4	3	3	4	4	18
234	3	3	4	4	3	17
235	4	4	3	3	4	18
236	3	4	3	2	4	16
237	4	4	3	4	3	18
238	3	4	3	4	4	18
239	4	3	4	4	4	19
240	4	3	4	3	4	18
241	3	3	4	3	2	15
242	4	3	4	3	4	18
243	4	4	3	4	3	18

No	Persepsi Kegunaan X2					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
244	2	4	3	4	4	17
245	4	4	3	4	4	19
246	2	3	4	3	3	15
247	3	3	3	4	4	17
248	4	4	4	4	4	20
249	3	3	3	3	4	16
250	4	4	3	3	4	18
251	4	3	4	4	4	19
252	3	3	4	4	4	18
253	3	3	4	4	4	18
254	4	4	3	3	3	17
255	3	4	4	4	3	18
256	3	3	4	3	3	16
257	4	3	3	4	3	17
258	4	4	3	4	3	18
259	3	4	4	3	4	18
260	4	3	3	4	4	18
261	3	4	3	4	3	17
262	3	4	4	3	3	17
263	3	4	2	3	3	15
264	4	3	3	4	3	17
265	3	4	4	4	4	19
266	3	4	4	3	3	17
267	4	3	4	4	3	18
268	4	4	3	4	3	18
269	1	1	2	1	2	7
270	4	3	3	4	3	17

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
271	4	3	4	4	3	18
272	4	3	3	4	3	17
273	4	4	3	4	3	18
274	2	3	4	4	4	17
275	3	4	4	3	4	18
276	2	3	4	3	3	15
277	2	3	4	3	3	15
278	2	3	4	3	3	15
279	4	4	3	4	3	18
280	3	4	3	3	4	17
281	2	4	4	3	3	16
282	4	3	4	3	3	17
283	4	3	4	3	4	18
284	4	3	4	4	3	18
285	2	3	4	3	3	15
286	4	3	4	3	3	17
287	3	4	3	4	3	17
288	3	4	3	3	4	17
289	3	4	3	3	4	17
290	3	4	3	4	4	18
291	2	3	3	4	3	15
292	4	4	3	4	4	19
293	4	4	3	4	4	19
294	2	3	1	3	4	13
295	4	3	4	4	4	19
296	3	2	3	2	2	12
297	3	3	4	3	3	16

No	Persepsi Kegunaan X2					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
298	4	3	3	4	4	18
299	4	4	3	4	4	19
300	4	4	3	4	4	19
301	4	3	4	4	4	19
302	3	4	2	4	4	17
303	3	4	2	3	4	16
304	4	3	4	4	3	18
305	3	4	4	3	4	18
306	4	3	4	4	4	19
307	4	3	4	4	3	18
308	4	3	4	3	3	17
309	4	4	3	3	4	18
310	4	3	3	4	4	18
311	4	4	3	3	4	18
312	4	3	3	3	4	17
313	3	3	4	4	3	17
314	4	3	3	4	4	18
315	3	3	4	4	3	17
316	3	3	4	4	3	17
317	4	3	3	4	4	18
318	3	3	4	4	3	17
319	4	4	3	3	4	18
320	4	4	4	3	3	18
321	3	4	4	4	4	19
322	4	3	3	3	4	17
323	3	4	4	4	4	19
324	3	4	3	4	4	18

No	Persepsi Kegunaan X2					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X2
325	4	4	4	3	4	19
326	3	4	4	3	4	18
327	2	4	3	3	4	16
328	4	3	4	4	4	19
329	4	3	3	2	4	16
330	3	4	3	3	3	16
331	3	3	4	3	3	16
332	4	3	2	4	3	16
333	3	4	3	3	3	16
334	4	2	3	4	3	16
335	3	3	4	4	3	17
336	3	3	3	4	3	16
337	3	4	4	4	3	18
338	4	3	3	4	3	17
339	4	4	3	3	4	18
340	3	3	4	3	4	17
341	3	4	4	3	3	17
342	4	3	3	4	4	18
343	4	4	3	3	4	18
344	4	3	4	4	3	18
345	3	4	3	4	4	18
346	3	3	3	4	4	17
347	4	3	4	4	3	18
348	4	3	3	3	4	17
349	3	4	3	4	3	17
350	3	4	3	4	3	17
351	3	4	2	4	3	16

No	Persepsi Kegunaan X2					TOTAL X2
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
352	3	4	3	4	3	17
353	3	3	3	4	4	17
354	4	3	4	4	4	19
355	3	4	3	4	3	17
356	1	2	2	1	2	8
357	3	3	3	4	3	16

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
1	2	3	3	3	3	14
2	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	3	19
5	3	4	4	3	3	17
6	3	4	3	4	3	17
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	3	19
11	4	4	4	4	3	19
12	4	3	3	3	3	16
13	4	4	4	4	4	20
14	3	4	4	4	3	18
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	3	15
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	3	3	3	3	3	15
20	2	4	4	4	4	18
21	3	4	4	3	4	18
22	4	4	4	4	2	18
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	3	19
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
28	4	4	4	4	4	20
29	3	2	3	3	3	14
30	3	3	3	3	3	15
31	3	4	4	4	4	19
32	4	4	3	4	3	18
33	3	3	4	4	3	17
34	4	4	4	4	3	19
35	3	3	3	3	3	15
36	4	4	3	3	4	18
37	3	3	4	3	3	16
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	3	19
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	4	3	4	4	3	18
43	4	3	4	4	3	18
44	3	3	4	4	4	18
45	4	4	4	4	4	20
46	3	4	4	4	4	19
47	4	3	3	4	3	17
48	3	3	3	3	2	14
49	3	3	3	3	3	15
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
55	3	3	3	3	3	15
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	3	3	2	3	2	13
59	3	3	3	3	3	15
60	3	3	4	4	3	17
61	3	2	3	3	3	14
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	3	3	3	3	3	15
65	3	3	3	3	3	15
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	4	4	3	19
68	3	4	4	4	4	19
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	3	4	3	18
71	4	3	4	4	4	19
72	3	4	4	4	4	19
73	4	3	4	4	3	18
74	3	3	4	4	2	16
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	3	3	18
77	3	1	3	3	2	12
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	3	3	3	17
80	4	4	3	3	3	17
81	4	4	4	4	4	20

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	3	4	19
85	4	3	4	3	4	18
86	4	4	4	4	3	19
87	3	4	3	4	3	17
88	4	4	4	4	4	20
89	4	3	4	3	4	18
90	3	3	3	3	3	15
91	3	4	3	4	3	17
92	3	3	4	4	4	18
93	3	4	4	3	4	18
94	3	4	3	4	4	18
95	3	4	4	4	3	18
96	3	4	3	3	4	17
97	3	4	4	4	3	18
98	4	4	4	4	3	19
99	3	4	4	4	3	18
100	3	4	4	4	3	18
101	4	4	3	4	3	18
102	4	4	4	4	3	19
103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	4	4	3	19
105	4	4	4	4	4	20
106	4	4	4	4	4	20
107	4	4	4	4	3	19
108	4	4	3	4	3	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
109	4	4	4	4	3	19
110	4	4	4	4	3	19
111	3	3	3	4	3	16
112	3	3	3	3	3	15
113	4	4	3	4	3	18
114	1	2	2	1	2	8
115	4	4	4	4	4	20
116	4	4	4	3	3	18
117	3	4	4	3	4	18
118	4	4	4	4	3	19
119	3	3	3	3	3	15
120	3	3	3	3	3	15
121	4	4	4	4	4	20
122	4	4	4	4	3	19
123	4	3	4	4	3	18
124	4	4	4	4	4	20
125	3	4	4	3	2	16
126	3	3	3	3	3	15
127	3	4	4	3	3	17
128	3	3	3	3	3	15
129	4	4	4	4	4	20
130	3	3	3	3	3	15
131	4	2	4	4	4	18
132	4	4	4	4	3	19
133	3	4	4	4	2	17
134	4	3	4	4	3	18
135	3	3	3	3	3	15

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
136	3	4	4	4	3	18
137	4	4	4	4	4	20
138	3	4	4	4	4	19
139	4	4	4	2	3	17
140	4	4	4	4	4	20
141	2	4	4	2	2	14
142	4	4	4	4	3	19
143	3	3	4	3	3	16
144	4	4	4	4	3	19
145	3	3	3	3	3	15
146	4	4	3	4	4	19
147	3	3	3	3	3	15
148	4	4	4	4	4	20
149	4	3	3	4	2	16
150	4	4	4	4	4	20
151	3	3	3	3	3	15
152	3	4	4	4	2	17
153	4	4	4	4	3	19
154	4	4	3	4	2	17
155	4	4	4	4	4	20
156	4	4	4	4	4	20
157	3	3	3	4	3	16
158	3	4	4	4	4	19
159	4	4	4	3	4	19
160	3	3	3	4	2	15
161	3	3	3	3	3	15
162	4	4	4	4	4	20

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
163	3	4	3	3	2	15
164	3	4	4	4	3	18
165	3	3	4	4	4	18
166	4	3	3	3	2	15
167	4	4	4	4	4	20
168	4	4	4	4	3	19
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	4	4	20
171	3	3	3	3	3	15
172	3	3	3	3	3	15
173	3	3	3	3	3	15
174	4	3	3	4	4	18
175	4	4	3	3	4	18
176	4	4	3	3	4	18
177	3	4	4	4	3	18
178	4	4	4	4	4	20
179	3	3	3	4	3	16
180	4	3	3	4	3	17
181	4	4	3	3	4	18
182	4	3	3	4	3	17
183	4	4	4	3	3	18
184	4	4	4	4	3	19
185	4	3	3	4	4	18
186	3	3	4	4	3	17
187	4	4	4	4	4	20
188	4	4	3	4	4	19
189	4	4	4	4	3	19

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
190	3	4	4	3	3	17
191	3	3	4	4	3	17
192	3	3	3	3	3	15
193	4	4	4	4	4	20
194	3	4	3	3	3	16
195	3	3	3	3	3	15
196	3	2	3	3	4	15
197	4	4	4	4	4	20
198	3	3	3	3	3	15
199	3	3	3	3	3	15
200	3	3	3	3	3	15
201	4	4	4	4	4	20
202	3	4	3	4	4	18
203	3	4	3	3	4	17
204	3	4	3	4	4	18
205	3	4	3	4	4	18
206	4	3	4	4	3	18
207	3	3	3	4	3	16
208	4	4	3	4	3	18
209	4	3	4	3	3	17
210	4	4	4	3	4	19
211	4	4	3	3	3	17
212	4	4	3	3	3	17
213	4	4	3	4	4	19
214	4	4	3	4	3	18
215	4	3	2	4	4	17
216	4	3	4	4	3	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
217	4	4	3	3	4	18
218	4	3	4	4	3	18
219	4	3	2	4	4	17
220	4	4	2	3	3	16
221	4	3	4	3	3	17
222	4	3	3	4	4	18
223	3	4	4	3	3	17
224	4	3	4	4	3	18
225	4	3	3	4	3	17
226	4	3	4	4	3	18
227	3	3	3	4	4	17
228	4	4	3	4	4	19
229	4	3	4	4	3	18
230	4	3	3	4	4	18
231	3	3	3	3	3	15
232	4	4	4	4	4	20
233	4	3	4	3	4	18
234	3	4	4	3	3	17
235	3	4	4	3	3	17
236	4	3	3	4	4	18
237	4	4	3	3	2	16
238	4	3	2	4	4	17
239	3	4	3	2	3	15
240	4	3	4	3	3	17
241	4	3	4	3	4	18
242	4	2	3	4	4	17
243	3	4	3	3	4	17

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
244	4	3	3	4	4	18
245	4	3	4	4	4	19
246	4	3	3	4	4	18
247	4	4	4	3	3	18
248	4	4	4	4	3	19
249	3	3	3	3	2	14
250	4	3	4	3	4	18
251	3	4	3	3	3	16
252	3	3	3	4	4	17
253	4	3	4	4	3	18
254	3	3	4	4	2	16
255	4	3	3	4	4	18
256	4	4	4	3	3	18
257	3	4	4	3	3	17
258	3	3	3	4	4	17
259	4	3	4	4	3	18
260	4	3	3	4	4	18
261	4	4	3	4	4	19
262	4	4	2	3	4	17
263	4	3	4	3	3	17
264	4	3	4	4	3	18
265	4	4	4	4	3	19
266	4	3	4	4	3	18
267	4	3	4	4	3	18
268	3	4	3	4	4	18
269	1	2	2	2	1	8
270	4	4	3	4	3	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
271	3	4	4	3	4	18
272	3	3	4	3	4	17
273	3	3	4	3	4	17
274	4	3	3	4	4	18
275	4	3	3	4	4	18
276	4	3	4	4	2	17
277	4	3	3	4	4	18
278	4	2	4	4	4	18
279	3	4	3	3	4	17
280	4	3	4	4	3	18
281	4	3	4	3	3	17
282	3	4	3	4	3	17
283	4	4	3	4	3	18
284	3	4	3	4	4	18
285	4	3	3	4	4	18
286	4	4	3	4	4	19
287	4	3	4	3	4	18
288	4	3	4	4	3	18
289	4	4	3	4	3	18
290	3	4	3	4	3	17
291	4	3	3	4	4	18
292	4	4	3	4	4	19
293	3	4	4	4	4	19
294	3	4	2	3	2	14
295	3	4	3	4	3	17
296	3	3	2	3	1	12
297	4	3	3	4	4	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
298	4	3	4	4	4	19
299	4	3	4	3	3	17
300	4	3	3	4	3	17
301	3	4	3	3	3	16
302	3	4	4	4	4	19
303	4	3	4	4	3	18
304	3	4	4	3	3	17
305	3	4	4	4	3	18
306	4	3	3	4	3	17
307	3	4	3	4	4	18
308	4	4	3	4	3	18
309	4	4	3	3	4	18
310	4	4	3	3	4	18
311	3	3	4	4	3	17
312	3	3	4	3	3	16
313	4	3	3	3	4	17
314	4	4	3	3	4	18
315	3	3	4	4	3	17
316	3	3	3	4	3	16
317	3	4	4	3	4	18
318	3	3	4	4	3	17
319	4	4	4	3	3	18
320	3	4	4	3	3	17
321	3	3	4	3	3	16
322	4	3	4	4	4	19
323	3	3	4	4	3	17
324	4	3	3	4	4	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
325	3	4	3	4	3	17
326	3	3	3	4	3	16
327	4	3	3	4	4	18
328	4	3	3	4	4	18
329	3	4	3	4	4	18
330	4	2	3	4	3	16
331	4	3	2	4	4	17
332	3	3	4	4	3	17
333	4	3	2	3	4	16
334	3	4	3	3	4	17
335	3	3	4	3	4	17
336	3	3	3	4	3	16
337	3	3	4	4	3	17
338	3	4	3	3	4	17
339	3	4	3	3	4	17
340	4	3	4	4	3	18
341	4	3	4	4	3	18
342	4	3	4	4	4	19
343	3	4	3	3	4	17
344	3	3	4	4	4	18
345	4	3	4	4	3	18
346	3	4	3	4	4	18
347	3	4	3	3	4	17
348	3	4	3	4	4	18
349	3	4	4	3	4	18
350	4	3	3	4	4	18
351	3	4	3	4	4	18

No	Fitur Layanan X3					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL X3
352	4	3	3	4	4	18
353	4	3	4	3	3	17
354	3	3	3	4	4	17
355	4	4	3	4	4	19
356	1	2	2	2	1	8
357	3	3	3	4	3	16

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
1	3	3	3	3	2	14
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	4	20
5	3	2	3	4	2	14
6	4	3	3	3	2	15
7	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	4	3	4	4	3	18
11	4	3	3	4	3	17
12	3	3	4	3	3	16
13	4	4	4	4	4	20
14	4	3	3	4	3	17
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	3	3	16
17	4	4	4	4	4	20
18	3	3	3	3	3	15
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	4	4	3	18
21	4	3	4	4	3	18
22	4	2	2	3	2	13
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	3	19
25	3	3	4	3	3	16
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
28	4	4	4	4	4	20
29	3	2	2	3	3	13
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	3	4	4	19
32	3	3	4	3	3	16
33	3	3	3	3	3	15
34	4	4	4	4	4	20
35	3	3	3	3	3	15
36	4	3	3	4	4	18
37	4	4	3	4	4	19
38	4	4	3	3	3	17
39	3	3	3	3	3	15
40	4	4	4	4	4	20
41	3	3	3	3	3	15
42	4	3	4	4	3	18
43	3	3	3	3	4	16
44	4	3	4	4	4	19
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	3	4	4	19
47	3	4	4	3	4	18
48	3	3	4	4	4	18
49	3	3	3	3	3	15
50	4	3	4	4	3	18
51	4	3	4	3	3	17
52	4	4	4	4	4	20
53	3	3	4	3	3	16
54	4	4	4	4	4	20

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
55	3	3	4	3	3	16
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	3	2	3	2	2	12
59	3	2	3	3	3	14
60	4	1	1	3	1	10
61	4	3	4	3	3	17
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	3	3	3	3	16
65	3	3	3	3	3	15
66	4	4	4	4	4	20
67	4	3	4	4	3	18
68	4	3	3	3	2	15
69	4	3	2	3	3	15
70	3	2	3	4	4	16
71	4	3	3	3	3	16
72	4	2	4	4	2	16
73	4	3	3	3	3	16
74	4	2	3	3	2	14
75	4	3	4	4	4	19
76	3	3	3	4	3	16
77	3	1	2	2	1	9
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	3	4	4	19

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	3	4	3	4	18
86	3	3	3	3	3	15
87	4	3	4	3	4	18
88	4	4	4	4	4	20
89	3	4	3	4	3	17
90	3	3	3	3	3	15
91	3	3	4	4	4	18
92	4	4	3	3	3	17
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	4	4	20
97	4	4	4	4	4	20
98	4	2	4	3	2	15
99	4	2	4	3	2	15
100	4	3	4	3	3	17
101	4	3	3	3	1	14
102	4	4	4	4	3	19
103	4	4	4	3	2	17
104	4	4	4	3	2	17
105	4	4	4	4	4	20
106	4	2	4	4	3	17
107	4	3	4	4	4	19
108	4	3	4	4	3	18

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
109	4	4	4	4	4	20
110	4	3	4	4	3	18
111	3	3	3	3	3	15
112	3	3	3	3	2	14
113	4	3	4	4	4	19
114	1	1	1	1	1	5
115	4	4	3	4	4	19
116	4	3	4	4	3	18
117	4	3	4	4	3	18
118	3	3	2	4	3	15
119	3	2	3	3	2	13
120	3	2	3	3	2	13
121	4	4	4	4	3	19
122	4	3	3	3	3	16
123	4	4	4	4	4	20
124	4	4	4	4	4	20
125	4	2	4	4	3	17
126	3	3	3	3	3	15
127	4	3	4	4	3	18
128	3	3	3	3	3	15
129	4	4	3	4	4	19
130	3	3	3	3	3	15
131	4	3	3	4	3	17
132	4	4	3	4	4	19
133	4	3	3	4	3	17
134	4	3	4	4	3	18
135	4	3	3	4	3	17

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
136	4	3	3	4	4	18
137	4	2	3	4	2	15
138	4	4	4	4	4	20
139	3	1	3	3	1	11
140	4	4	4	4	4	20
141	3	4	3	4	4	18
142	3	4	4	4	4	19
143	3	3	3	3	3	15
144	4	3	4	4	4	19
145	3	2	3	3	2	13
146	3	2	2	2	2	11
147	3	3	3	3	3	15
148	4	4	3	4	4	19
149	3	2	3	3	2	13
150	3	3	3	4	3	16
151	3	2	3	3	2	13
152	3	2	3	4	2	14
153	4	3	3	3	3	16
154	3	1	3	2	1	10
155	4	4	4	4	4	20
156	3	2	3	4	2	14
157	4	3	3	3	3	16
158	4	4	4	4	4	20
159	4	4	4	4	3	19
160	3	3	3	4	2	15
161	4	3	4	4	3	18
162	4	4	4	4	3	19

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
163	3	2	2	3	2	12
164	3	3	3	3	3	15
165	3	4	4	4	4	19
166	2	2	2	3	2	11
167	4	3	3	4	3	17
168	4	4	3	4	4	19
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	4	4	20
171	3	3	3	4	3	16
172	3	3	3	3	3	15
173	4	4	3	3	3	17
174	4	4	4	3	3	18
175	4	3	4	3	4	18
176	4	4	4	4	4	20
177	4	3	4	3	4	18
178	4	4	4	4	4	20
179	4	3	4	4	3	18
180	4	3	4	4	2	17
181	4	4	4	4	4	20
182	4	3	3	4	3	17
183	4	4	4	4	3	19
184	4	4	4	4	4	20
185	3	4	4	4	4	19
186	3	3	4	4	4	18
187	4	4	4	4	4	20
188	4	4	4	3	3	18
189	4	3	3	4	4	18

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
190	4	4	3	3	4	18
191	4	3	4	4	3	18
192	3	3	4	4	3	17
193	4	3	4	3	3	17
194	4	3	4	4	3	18
195	4	3	4	4	3	18
196	4	3	4	3	3	17
197	4	3	4	4	3	18
198	3	3	4	4	3	17
199	4	4	4	4	3	19
200	3	3	4	4	3	17
201	4	4	4	4	4	20
202	3	3	4	4	3	17
203	3	4	3	3	3	16
204	4	3	4	4	3	18
205	4	3	4	4	3	18
206	3	4	4	4	3	18
207	4	3	4	3	3	17
208	4	3	3	4	3	17
209	3	3	3	4	3	16
210	3	3	4	3	3	16
211	4	4	4	3	4	19
212	4	3	4	4	4	19
213	4	3	4	3	4	18
214	3	4	3	4	3	17
215	4	3	3	4	4	18
216	3	4	4	3	3	17

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
217	4	4	3	4	3	18
218	3	4	2	3	3	15
219	4	3	3	4	3	17
220	4	3	4	4	4	19
221	2	3	3	2	4	14
222	4	3	4	3	4	18
223	4	4	3	4	4	19
224	4	3	4	4	4	19
225	4	4	3	3	4	18
226	4	3	4	4	3	18
227	4	3	4	4	3	18
228	3	3	4	4	3	17
229	4	3	4	3	3	17
230	3	4	4	3	3	17
231	3	3	3	3	3	15
232	4	4	4	4	4	20
233	3	4	4	4	3	18
234	3	4	4	3	3	17
235	4	3	4	4	3	18
236	3	4	3	4	3	17
237	3	2	3	3	2	13
238	4	3	3	4	3	17
239	4	3	4	4	4	19
240	4	2	4	3	4	17
241	4	3	2	4	4	17
242	4	3	3	4	4	18
243	4	4	3	4	3	18

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
244	3	4	2	4	4	17
245	2	4	3	3	4	16
246	3	4	3	3	4	17
247	4	4	3	3	3	17
248	4	4	4	4	4	20
249	3	2	3	3	2	13
250	4	3	3	4	4	18
251	4	3	3	4	4	18
252	4	2	3	3	4	16
253	3	4	4	3	3	17
254	3	1	3	1	1	9
255	3	3	4	4	4	18
256	3	2	4	3	2	14
257	3	3	3	4	4	17
258	3	1	4	3	1	12
259	3	3	4	3	4	17
260	4	3	3	2	3	15
261	4	3	4	4	3	18
262	4	3	4	4	3	18
263	4	3	4	2	3	16
264	3	4	4	3	4	18
265	4	4	4	4	4	20
266	4	3	4	3	3	17
267	4	3	4	4	3	18
268	4	3	4	4	3	18
269	1	2	1	1	1	6
270	4	4	3	4	4	19

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
271	3	3	4	3	4	17
272	4	4	3	4	3	18
273	4	3	4	4	3	18
274	4	3	2	3	4	16
275	3	3	4	3	4	17
276	3	4	3	3	4	17
277	3	3	4	4	4	18
278	3	3	4	3	3	16
279	4	3	3	4	4	18
280	3	4	4	3	4	18
281	4	3	4	3	3	17
282	4	3	4	3	4	18
283	3	4	3	4	3	17
284	3	4	3	3	4	17
285	3	3	4	3	4	17
286	3	4	4	3	3	17
287	3	4	3	4	3	17
288	4	3	4	3	4	18
289	4	3	4	4	3	18
290	4	3	4	3	3	17
291	4	3	2	3	3	15
292	4	2	3	4	2	15
293	4	4	3	4	4	19
294	3	1	2	3	2	11
295	4	4	3	4	4	19
296	2	1	2	1	1	7
297	3	2	4	3	4	16

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
298	4	3	3	3	4	17
299	4	4	4	3	4	19
300	3	2	3	4	2	14
301	4	3	3	3	4	17
302	4	3	4	4	4	19
303	4	3	4	3	3	17
304	3	4	4	4	3	18
305	4	3	4	3	3	17
306	4	4	3	4	3	18
307	4	4	3	4	4	19
308	4	3	4	4	3	18
309	3	1	4	4	2	14
310	3	3	3	4	4	17
311	4	2	3	2	2	13
312	3	4	4	3	3	17
313	4	3	3	4	4	18
314	3	1	3	3	1	11
315	3	1	4	3	1	12
316	4	3	3	4	4	18
317	3	3	4	4	3	17
318	3	1	3	3	2	12
319	3	2	4	4	2	15
320	4	2	3	3	2	14
321	3	4	4	4	3	18
322	3	2	4	3	1	13
323	3	3	3	4	4	17
324	3	4	3	4	3	17

No	Minat Penggunaan Z					TOTAL Z
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
325	4	3	3	4	4	18
326	4	4	4	3	4	19
327	3	3	4	4	4	18
328	4	3	3	4	3	17
329	3	4	3	3	4	17
330	4	3	4	3	3	17
331	4	3	3	4	3	17
332	4	3	2	4	3	16
333	4	3	4	4	4	19
334	4	3	3	3	4	17
335	3	3	3	4	3	16
336	3	4	3	3	4	17
337	4	4	4	3	4	19
338	3	4	3	4	4	18
339	4	3	4	4	3	18
340	4	4	3	3	4	18
341	3	4	3	4	4	18
342	3	4	3	4	4	18
343	4	3	4	4	3	18
344	4	3	4	4	4	19
345	4	4	3	3	4	18
346	3	4	3	3	4	17
347	4	4	3	3	4	18
348	4	3	3	3	4	17
349	4	4	3	4	3	18
350	4	3	4	4	3	18
351	4	3	4	4	3	18

No	Minat Penggunaan Z					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Z
352	4	3	4	4	3	18
353	3	4	3	3	4	17
354	4	3	3	3	4	17
355	4	3	4	4	3	18
356	2	1	2	2	2	9
357	4	3	3	3	3	16

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
1	1	1	2	2	2	8
2	4	3	2	2	3	14
3	4	4	3	3	4	18
4	4	4	3	3	2	16
5	2	3	1	3	2	11
6	3	4	4	4	4	19
7	3	4	4	4	4	19
8	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20
10	3	4	4	4	4	19
11	4	3	3	3	3	16
12	3	3	3	3	3	15
13	3	4	4	4	4	19
14	3	2	3	3	3	14
15	4	4	4	4	4	20
16	4	3	3	3	4	17
17	4	4	3	3	4	18
18	3	2	3	3	3	14
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	3	4	4	19
21	4	4	4	4	4	20
22	1	1	1	1	1	5
23	3	2	2	2	2	11
24	3	4	3	4	4	18
25	4	2	2	2	2	12
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20

No	Perilaku Konsumtif Y					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
28	4	4	4	4	4	20
29	2	4	3	3	4	16
30	3	3	3	3	3	15
31	4	4	4	4	4	20
32	2	3	2	3	3	13
33	2	3	2	3	3	13
34	3	4	4	4	4	19
35	3	3	2	2	2	12
36	3	3	3	3	4	16
37	4	4	4	4	3	19
38	2	4	4	4	4	18
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	4	4	4	20
42	3	4	4	3	4	18
43	4	4	4	3	3	18
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	4	4	4	20
46	1	1	1	1	1	5
47	4	3	4	3	4	18
48	3	3	3	2	2	13
49	3	3	3	3	3	15
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
55	2	4	4	4	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	2	2	2	2	3	11
59	3	4	2	3	3	15
60	3	3	1	1	4	12
61	4	3	3	3	3	16
62	3	3	2	2	3	13
63	4	4	3	3	4	18
64	3	3	3	3	4	16
65	3	3	3	4	3	16
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	2	4	3	17
68	2	2	2	2	1	9
69	2	4	2	1	2	11
70	2	2	2	2	2	10
71	4	4	2	3	3	16
72	4	4	4	4	4	20
73	3	3	3	3	4	16
74	3	3	3	2	2	13
75	4	3	3	3	3	16
76	4	3	2	3	3	15
77	1	1	1	4	4	11
78	3	3	3	4	4	17
79	4	4	2	3	4	17
80	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	4	4	20

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
82	4	4	2	3	3	16
83	4	4	3	3	3	17
84	3	3	2	2	2	12
85	4	2	1	1	2	10
86	3	4	3	3	3	16
87	4	3	4	3	4	18
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	4	20
91	3	3	3	3	3	15
92	4	3	4	3	4	18
93	4	3	3	3	4	17
94	2	3	2	3	1	11
95	4	3	3	3	3	16
96	2	2	2	3	4	13
97	3	3	4	4	4	18
98	4	3	3	4	4	18
99	2	2	2	3	4	13
100	3	3	3	3	4	16
101	4	4	4	4	4	20
102	4	4	4	4	4	20
103	4	3	3	3	4	17
104	4	4	4	4	4	20
105	4	3	3	3	4	17
106	4	4	4	3	3	18
107	4	4	3	4	4	19
108	3	4	3	4	4	18

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
109	4	4	4	2	2	16
110	3	3	3	4	2	15
111	3	2	2	3	2	12
112	3	2	2	3	2	12
113	4	4	4	3	4	19
114	1	1	1	1	1	5
115	2	4	4	4	4	18
116	3	3	3	3	3	15
117	3	3	3	3	2	14
118	2	4	3	4	4	17
119	3	2	2	3	3	13
120	3	2	2	3	3	13
121	2	2	2	2	2	10
122	4	3	2	3	3	15
123	3	4	3	4	4	18
124	4	4	4	4	4	20
125	1	1	1	1	1	5
126	2	2	2	3	2	11
127	4	4	3	3	3	17
128	2	3	2	3	3	13
129	4	4	4	4	4	20
130	3	2	2	3	2	12
131	3	4	4	4	4	19
132	3	3	3	3	3	15
133	4	4	4	4	3	19
134	2	3	2	2	2	11
135	4	3	3	4	4	18

No	Perilaku Konsumtif Y					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
136	4	2	2	3	4	15
137	4	2	1	3	4	14
138	4	4	4	4	4	20
139	2	1	1	1	1	6
140	4	4	4	4	4	20
141	1	2	1	1	1	6
142	4	4	3	3	3	17
143	3	3	3	3	3	15
144	4	3	2	3	2	14
145	3	3	2	3	3	14
146	2	2	2	2	4	12
147	3	3	3	3	3	15
148	2	2	2	2	1	9
149	2	4	3	4	3	16
150	4	4	4	2	2	16
151	2	4	4	4	4	18
152	3	2	3	4	3	15
153	4	4	4	4	4	20
154	3	4	4	3	3	17
155	4	4	4	2	2	16
156	2	4	3	4	3	16
157	2	2	2	2	2	10
158	4	4	4	4	4	20
159	4	4	4	3	4	19
160	4	4	4	4	4	20
161	2	3	3	3	4	15
162	4	3	3	3	2	15

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
163	2	4	3	4	4	17
164	2	2	1	1	1	7
165	3	4	4	4	3	18
166	2	2	2	2	2	10
167	4	3	3	3	3	16
168	4	4	4	4	3	19
169	3	4	3	4	4	18
170	4	4	4	4	4	20
171	3	3	3	3	3	15
172	3	3	3	3	3	15
173	3	3	3	3	4	16
174	4	4	4	4	4	20
175	4	4	4	4	4	20
176	3	4	3	4	3	17
177	3	4	4	4	4	19
178	3	4	4	3	4	18
179	3	3	3	3	3	15
180	4	3	3	4	3	17
181	3	3	2	3	2	13
182	4	3	4	4	4	19
183	4	4	4	4	3	19
184	3	3	4	3	3	16
185	4	4	4	4	4	20
186	4	4	3	3	4	18
187	4	4	4	4	3	19
188	4	4	4	4	4	20
189	3	3	4	4	3	17

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
190	3	3	4	4	3	17
191	3	3	2	3	2	13
192	3	4	4	3	4	18
193	3	3	3	3	2	14
194	4	4	4	3	3	18
195	4	3	3	3	4	17
196	4	3	2	3	2	14
197	4	4	4	4	4	20
198	3	2	3	2	2	12
199	3	3	2	2	3	13
200	4	3	3	3	4	17
201	3	3	4	4	4	18
202	4	1	2	2	1	10
203	3	4	4	3	3	17
204	4	2	1	2	1	10
205	4	4	4	3	4	19
206	4	3	3	4	3	17
207	4	4	4	3	4	19
208	4	3	3	3	4	17
209	4	3	4	4	4	19
210	4	3	4	4	4	19
211	3	3	4	3	3	16
212	3	3	4	3	3	16
213	4	2	2	1	1	10
214	3	3	4	4	3	17
215	2	1	2	1	1	7
216	4	3	4	4	3	18

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
217	4	4	3	3	4	18
218	3	1	2	2	1	9
219	3	4	3	3	2	15
220	2	3	2	1	2	10
221	4	2	3	2	1	12
222	2	2	1	1	1	7
223	4	3	4	3	4	18
224	4	3	1	3	3	14
225	2	2	1	2	2	9
226	3	4	4	3	4	18
227	4	3	4	3	3	17
228	3	4	4	4	3	18
229	4	3	2	4	4	17
230	4	3	3	4	3	17
231	4	4	3	3	3	17
232	4	4	4	3	3	18
233	4	3	3	4	4	18
234	4	2	1	2	2	11
235	3	2	1	2	2	10
236	4	1	1	2	2	10
237	1	2	2	2	3	10
238	4	3	4	3	3	17
239	3	4	3	2	1	13
240	3	4	3	4	4	18
241	4	2	1	2	2	11
242	4	3	3	4	3	17
243	2	1	1	2	1	7

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
244	4	3	2	2	1	12
245	4	3	2	2	2	13
246	4	3	2	4	3	16
247	2	2	1	2	2	9
248	2	4	4	3	4	17
249	4	2	2	3	2	13
250	3	4	4	4	3	18
251	4	3	4	4	3	18
252	3	4	4	3	3	17
253	3	4	4	4	3	18
254	3	2	2	1	1	9
255	4	3	3	4	3	17
256	3	3	4	4	3	17
257	4	4	3	3	4	18
258	3	3	4	2	2	14
259	4	2	2	1	2	11
260	4	3	2	1	1	11
261	4	3	3	3	4	17
262	3	4	4	3	2	16
263	4	3	4	2	3	16
264	3	2	1	1	2	9
265	3	3	3	4	3	16
266	3	2	1	1	2	9
267	3	2	1	1	2	9
268	3	2	1	1	2	9
269	1	2	1	2	2	8
270	4	2	1	1	2	10

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	
271	3	1	2	2	1	9
272	3	1	1	2	1	8
273	3	2	1	1	2	9
274	4	2	2	1	2	11
275	2	1	2	2	1	8
276	4	4	2	3	2	15
277	4	3	2	2	1	12
278	4	3	2	2	1	12
279	3	4	3	3	3	16
280	4	4	3	4	4	19
281	4	3	3	4	4	18
282	4	4	3	4	3	18
283	3	4	4	3	4	18
284	3	4	3	3	4	17
285	4	3	2	2	2	13
286	3	4	4	3	4	18
287	4	3	4	3	4	18
288	3	4	3	4	3	17
289	3	4	3	4	3	17
290	4	4	3	4	3	18
291	2	2	1	2	1	8
292	3	1	1	2	1	8
293	3	4	4	4	3	18
294	1	2	2	1	1	7
295	4	4	3	4	4	19
296	3	3	4	3	3	16
297	2	2	1	1	2	8

No	Perilaku Konsumtif Y					TOTAL Y
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
298	4	3	2	1	1	11
299	2	3	3	4	4	16
300	4	3	2	3	3	15
301	3	2	1	2	1	9
302	3	3	3	3	4	16
303	4	3	4	4	4	19
304	4	3	4	4	3	18
305	4	4	3	3	4	18
306	4	3	3	4	4	18
307	4	3	3	4	4	18
308	3	3	3	4	4	17
309	3	4	3	3	4	17
310	4	3	3	4	3	17
311	4	2	2	1	1	10
312	3	3	3	4	3	16
313	3	3	4	4	3	17
314	3	2	2	2	2	11
315	3	4	4	3	3	17
316	2	2	1	1	2	8
317	3	4	4	3	3	17
318	2	2	1	1	2	8
319	3	3	4	4	4	18
320	2	1	1	2	2	8
321	3	3	4	4	4	18
322	3	2	2	1	1	9
323	4	4	4	3	4	19
324	3	1	4	2	2	12

No	Perilaku Konsumtif Y					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
325	3	1	3	1	1	9
326	3	4	3	4	4	18
327	4	2	1	2	2	11
328	2	2	1	1	1	7
329	3	2	1	2	2	10
330	2	2	1	3	2	10
331	2	3	2	1	2	10
332	4	2	2	1	2	11
333	2	1	2	1	2	8
334	2	1	2	2	1	8
335	4	4	3	4	4	19
336	4	4	3	4	4	19
337	3	3	4	3	4	17
338	2	1	1	2	1	7
339	2	1	1	2	2	8
340	1	2	2	1	1	7
341	1	2	1	1	2	7
342	3	1	3	3	2	12
343	1	1	2	1	2	7
344	3	3	3	4	3	16
345	1	2	2	1	2	8
346	4	3	4	3	3	17
347	2	1	2	2	1	8
348	3	1	4	3	2	13
349	3	4	3	3	4	17
350	4	3	4	4	4	19
351	4	1	1	2	2	10

No	Perilaku Konsumtif Y					
Responden	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	TOTAL Y
352	4	3	4	4	4	19
353	4	4	3	3	4	18
354	4	3	3	4	4	18
355	2	1	1	1	2	7
356	1	2	1	2	2	8
357	4	3	2	2	3	14

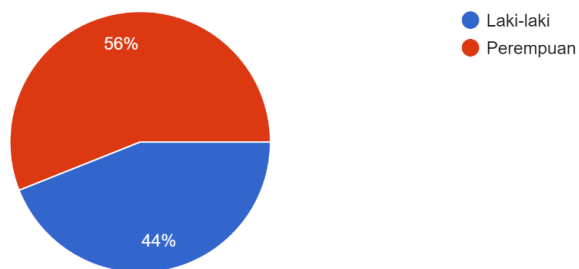
LAMPIRAN 3

HASIL UJI ANALISIS KARAKTERISTIK RESPONDEN

Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	156	44%
Perempuan	201	56%
N (Responden)	357	100%

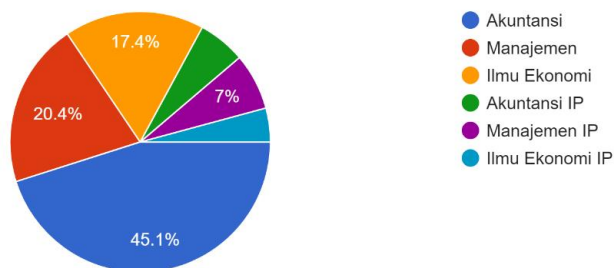
Jenis Kelamin
357 responses



Klasifikasi Responden Berdasarkan Asal Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase
Akuntansi	161	45%
Manajemen	73	20%
Ilmu Ekonomi	62	17%
Akuntansi IP	21	6%
Manajemen IP	25	7%
Ilmu Ekonomi IP	15	4%
N (Responden)	357	100%

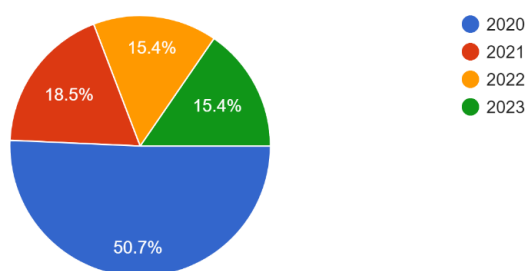
Program Studi
357 responses



Klasifikasi Responden Berdasarkan Tahun Ajaran

Tahun Angkatan	Frekuensi	Presentase
2020	181	51%
2021	66	18%
2022	55	15%
2023	55	15%
N (Responden)	357	100%

Angkatan
357 responses



LAMPIRAN 4**HASIL UJI VALIDITAS**

Variabel	Item Pertanyaan	rhitung	Pvalue	Ket
Persepsi Kemudahan (X1)	Item 1	0,719	0,000	Valid
	Item 2	0,648	0,000	Valid
	Item 3	0,683	0,000	Valid
	Item 4	0,735	0,000	Valid
	Item 5	0,650	0,000	Valid
Persepsi Kegunaan (X2)	Item 1	0,764	0,000	Valid
	Item 2	0,673	0,000	Valid
	Item 3	0,653	0,000	Valid
	Item 4	0,700	0,000	Valid
	Item 5	0,721	0,000	Valid
Fitur Layanan (X3)	Item 1	0,695	0,000	Valid
	Item 2	0,603	0,000	Valid
	Item 3	0,610	0,000	Valid
	Item 4	0,672	0,000	Valid
	Item 5	0,655	0,000	Valid
Minat Penggunaan (Z)	Item 1	0,645	0,000	Valid
	Item 2	0,799	0,000	Valid
	Item 3	0,642	0,000	Valid
	Item 4	0,720	0,000	Valid
	Item 5	0,811	0,000	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Item 1	0,644	0,000	Valid
	Item 2	0,859	0,000	Valid
	Item 3	0,865	0,000	Valid
	Item 4	0,873	0,000	Valid
	Item 5	0,860	0,000	Valid

LAMPIRAN 5
HASIL UJI ANALISIS

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Ket
Persepsi Kemudahan (X1)	0,718	0,6	Reliable
Persepsi Kegunaan (X2)	0,742	0,6	Reliable
Fitur Layanan (X3)	0,650	0,6	Reliable
Minat Penggunaan (Z)	0,775	0,6	Reliable
Perilaku Konsumtif (Y)	0,882	0,6	Reliable

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumsi (Y)	357	1.00	4.00	3,0050	0,80132
Minat Penggunaan (Z)	357	1.00	4.00	3,4073	0,48927
Persepsi Kemudahan (X1)	357	1.00	4.00	3,5653	0,36677
Persepsi Kegunaan (X2)	357	1.00	4.00	3,5389	0,42290
Fitur Layanan (X3)	357	1.00	4.00	3,5154	0,36981

Hasil Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

		Unstandardized Residual
N		357
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.62897226
Most Extreme Differences	Absolute	.118
	Positive	.063
	Negative	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		2.237
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil Uji Multikolinieritas

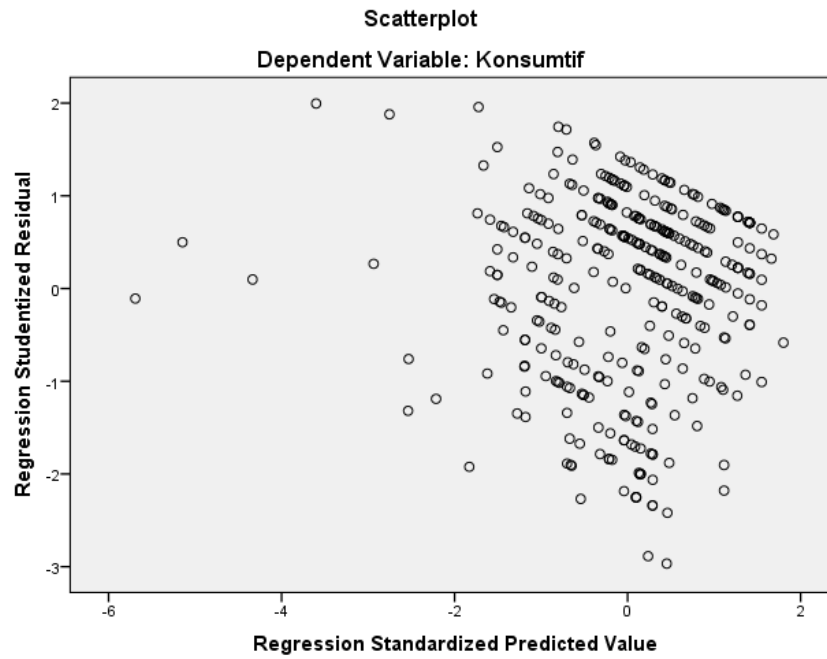
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Persepsi Kemudahan	0,440	2.273
Persepsi Kegunaan	0,499	2.006
Fitur Layanan	0,565	1.769
Minat Penggunaan	0,571	1.752

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655 ^a	.429	.424	1.85621	1.765

Predictors: (Constant), Minat, Kemudahan, Fitur, Kegunaan

Dependent Variable: Konsumtif

Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda (Persamaan 1)

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	0.440
Persepsi Kemudahan	0.074
Persepsi Kegunaan	0.353
Fitur Layanan	0.514

a. Dependent Variable: Minat

Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda (Persamaan 2)

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	0.592
Persepsi Kemudahan	-0.213
Persepsi Kegunaan	0.656
Fitur Layanan	0.377

a. Dependent Variable: Konsumtif

Hasil Uji Uji Regresi Linier Berganda (Persamaan 3)

Variabel	Koesifisien Regresi
Konstanta	5.392
Minat	.565

a. Dependent Variable: Konsumtif

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

	Hipotesis	Koefisien	Probabilitas	Hasil
H1	Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.074	0,331	Tidak Didukung data
H2	Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.353	0,000	Didukung data
H3	Fitur Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.514	0.000	Didukung data
H4	Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Minat Penggunaan	0.565	0.000	Didukung data

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655 ^a	.429	.424	1.85621	1.765

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kegunaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat

Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary^b

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.405 ^a	.164	.157	3.67910	1.760

a. Predictors: (Constant), Fitur, Kegunaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Konsumtif

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 3

Model Summary^b

Mode l	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.345 ^a	.119	.117	3.76553	1.667

a. Predictors: (Constant), Minat

b. Dependent Variable: Konsumtif