

## BAB IV

### DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Peneliti menjadikan IAIN Madura sebagai objek penelitian, dimana IAIN Madura telah berdiri kurang lebih selama 27 tahun sejak tahun 1997 silam yang sebelumnya masih berstatus STAIN. IAIN Madura beralamatkan di Jalan Panglegur KM.04 Pamekasan yang saat ini telah memiliki 4 fakultas dengan 21 program studi antara lain Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Manajemen Pendidikan Islam, Bimbingan Konseling Pendidikan Islam, Tadris Bahasa Inggris, Tadris Bahasa Indonesia, Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, Tadris Matematika, Tadris Ilmu Pengetahuan Alam. Hukum Keluarga Islam, Hukum Ekonomi Syariah, Hukum Tata Negara, Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, Ilmu Al-Quran dan Tafsir, Komunikasi Penyiaran Islam, dan Ilmu Hadis.

Berikut dibawah ini akan dijabarkan mengenai Visi, Misi, Tujuan serta Strategi IAIN Madura:<sup>1</sup>

- a. Visi IAIN Madura: Religius dan Kompetitif, religius yang berarti warga kampus harus berkarakter religius dengan ciri-ciri umum: memahami, meyakini, menghayati, mengamalkan dan menyebarkan ajaran agama islam

---

<sup>1</sup> IAIN Madura, "Halaman Visi, Misi, Tujuan dan Strategi," diakses dari <https://iainmadura.ac.id>, pada tanggal 23 februari 2024

dengan prinsip wasathiiyah dan kompetitif yang berarti lembaga memiliki daya saing dengan perguruan tinggi lainnya baik skala nasional, regional maupun internasional dibidang Pendidikan dan pengajaran, manajemen kelembagaan, kualitas SDM produk riset, Pengabdian kepada masyarakat dan kompetensi lulusan

- b. Misi IAIN Madura: 1) Menyelenggarakan Pendidikan dan pembelajaran yang religius dan kompetitif guna menghasilkan lulusan yang islami, moderat, kompeten, mandiri, berdaya saing dan cinta tanah air, 2) Menyelenggarakan penelitian dan pengkajian ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan islam yang religius dan kompetitif, guna meujudkan Pengembangan ilmu, kemaslahatan ummat, dan daya saing bangsa, 3) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan islam yang religius dan kompetitif, guna meujudkan masyarakat yang mandiri, produktif sejahtera dan islami
- c. Tujuan IAIN Madura: 1) Menghasilkan lulusan yang religius, moderat kompeten, mandiri, berdaya saing, dan cinta tanah air, 2) Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam yang religius dan kompetiti, guna mewujudkan pengembangan ilmu dan teknologi, serta untuk meningkatkan kemaslahatan umat dan daya saing bangsa, 3) Menghasilkan karya pengabdian kepada masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam

yang religius dan kompetitif, guna mewujudkan masyarakat yang mandiri, produktif, sejahtera, dan islami

- d. Strategi IAIN Madura: 1) Membangun budaya mutu layanan pendidikan dan pembelajaran yang religius dan kompetitif dengan memanfaatkan teknologi, 2) Membangun budaya riset yang religius dan kompetitif dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam, 3) Membangun budaya pengabdian kepada masyarakat yang religius, kompetitif, dan tepat guna dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi keagamaan Islam

## 2. Gambaran Umum Penyebaran Kuesioner dan Karakteristik Responden

Jumlah responden pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 Mahasiswa perwakilan dari tiap-tiap program studi yang ada. Kuesioner yang disebarkan dalam bentuk *google forms* mulai disebarkan sejak 8 Januari 2024 secara langsung oleh peneliti dan diisi sesuai dengan persyaratan yang berlaku didalamnya, periode penyebaran hingga rekapitulasi data kurang lebih memakan waktu sekitar 10 hari

### a. Jenis Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

**Tabel 4.1**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

#### **Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent
Valid	laki-laki	28	28.0

Perempuan	72	72.0
Total	100	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 28 mahasiswa laki-laki dengan presentase sebesar 28% dan sebanyak 72 mahasiswa perempuan dengan presentase 72%

#### b. Semester

Karakteristik responden berdasarkan tingkat semester mahasiswa dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Semester**

		Semester	
		Frequency	Percent
Tabel	Valid 7	62	62.0
	5	19	19.0
	3	11	11.0
	1	8	8.0
	Total	100	100.0

menunjukkan bahwa responden semester 7 berjumlah 62 mahasiswa dengan presentase 62%, responden semester 5 berjumlah 19 mahasiswa dengan presentase 19%, responden semester 3 berjumlah 11 mahasiswa dengan 11% dan responden semester 1 berjumlah 8 mahasiswa dengan presentase 8%

#### c. Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

		Frequency	Percent
Valid	Pamekasan	82	82.0
	Sampang	8	8.0
	Sumenep	8	8.0
	Lumajang	1	1.0
	Kebumen	1	1.0
	Total	100	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis domisili yaitu sebanyak 82 mahasiswa berdomisili Pamekasan dengan presentase sebesar 82%, 8 berdomisili Sampang dengan presentase 8%, 8 mahasiswa berdomisili Sumenep dengan presentase sebesar 8% serta 1 mahasiswa berdomisili Lumajang dan Kebumen dengan masing-masing presentase sebesar 1%

**d. Pendidikan Terakhir**

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent
Valid	SMA	33	33.0
	MA	52	52.0
	SMK	15	15.0
	Total	100	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir yaitu sebanyak 33 mahasiswa dengan latar belakang Pendidikan terakhir SMA dengan presentase sebesar 33%, 52 mahasiswa dengan latar belakang Pendidikan terakhir MA dengan presentase 52%, dan 15 mahasiswa yang berlatar belakang Pendidikan terakhir SMK dengan presentase sebesar 15%

#### e. Pengguna E-Wallet

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna E-Wallet

#### Pengguna E-Wallet

		Frequency	Percent
Valid	ya	100	100.0

Pada tabel diatas sangat jelas dapat diketahui bahwasannya 100 responden yang ada 100% merupakan pengguna E-Wallet secara keseluruhan

#### f. E-Wallet yang Di Gunakan

Karakteristik responden berdasarkan E-Wallet yang digunakan dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

**Tabel 4.6**

#### **E-Wallet yang digunakan**

#### **E-Wallet yang digunakan**

		Frequency	Percent
Valid	DANA	32	32.0
	GOPAY	2	2.0
	SHOPEEPAY	53	53.0
	OVO	13	13.0
	Total	100	100.0

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan DANA berjumlah 32 mahasiswa dengan presentase 32%, responden yang menggunakan GOPAY berjumlah 2 mahasiswa dengan presentase 2%, responden pengguna SHOPEEPAY berjumlah 53 dengan presentase 53% dan responden yang menggunakan OVO berjumlah 13 mahasiswa dengan presentase 13%

#### g. Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi

Dari jumlah keseluruhan responden yang berjumlah 100, maka setiap program studi yang ada diwakili oleh beberapa jumlah mahasiswa, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.7****Jumlah Responden Berdasarkan Program Studi**

<b>Program Studi</b>	<b>Jumlah Responden</b>
Ekonomi Syariah	9
Perbankan Syariah	7
Akuntansi Syariah	7
Manajemen Bisnis Syariah	2
Manajemen Pendidikan Islam	8
Tadris Bahasa Inggris	4
Pendidikan Islam Anak Usia Dini	4
Tadris Ilmu pengetahuan Sosial	3
Bimbingan Konseling Pendidikan Islam	6
Tadris Ilmu Pengetahuan Alam	1
Tadris Matematika	1
Pendidikan Agama Islam	10
Tadris Bahasa Indonesia	6
Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	6
Pendidikan Bahasa Arab	2
Ilmu Hadis	1
Ilmu Al-quran dan Tafsir	3
Komunikasi Penyiaran Islam	4
Hukum Tata Negara	4

Hukum Ekonomi Syariah	7
Hukum Keluarga Islam	5

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), *facilitating condition* (X4), *hedonic motivation* (X5), *price value* (X6), *habit* (X7) dan perilaku konsumtif (Y) menggunakan aplikasi SPSS 24:

**Tabel 4.8**

#### Uji Validitas Variabel Independen

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	R tabel	Keterangan
X1	X1P1	0.199	0,195	VALID
	X1P2	0.477	0,195	VALID
	X1P3	0.513	0,195	VALID
	X1P4	0.433	0,195	VALID
X2	X2P1	0.363	0,195	VALID
	X2P2	0.379	0,195	VALID
	X2P3	0.497	0,195	VALID
X3	X3P1	0.540	0,195	VALID

	X3P2	0.452	0,195	VALID
X4	X4P1	0.563	0,195	VALID
	X4P2	0.612	0,195	VALID
X5	X5P1	0.570	0,195	VALID
	X5P2	0.473	0,195	VALID
	X5P3	0.562	0,195	VALID
X6	X6P1	0.591	0,195	VALID
	X6P2	0.596	0,195	VALID
X7	X7P1	0.536	0,195	VALID
	X7P2	0.554	0,195	VALID

Tabel 4.9

#### Hasil Uji Validitas Variabel Dependen

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	R Tabel	Keterangan
Y	Y1P1	0.524	0,195	VALID
	Y1P2	0.633	0,195	VALID
	Y2P1	0.644	0,195	VALID
	Y2P2	0.625	0,195	VALID
	Y3P1	0.386	0,195	VALID
	Y3P2	0.539	0,195	VALID
	Y4P1	0.548	0,195	VALID

	Y4P2	0.628	0,195	VALID
	Y5P1	0.477	0,195	VALID
	Y5P2	0.417	0,195	VALID

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS 24 diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berdasarkan uji signifikansi 0,05 yang artinya jumlah keseluruhan item yang berjumlah 28 item yang tersedia keseluruhannya dikatakan valid

#### b. Uji Reliabilitas

Berikut hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS 24:

**Tabel 4.10**

#### Uji Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen

##### Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.674	4
X2	.817	3
X3	.603	2
X4	.694	2
X5	.738	3
X6	.791	2
X7	.695	2
Y	.733	10

Dapat dilihat pada tabel di atas diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari keseluruhan variabel menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner ini bersifat reliabel dan data yang dihasilkan dikatakan akurat

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Berikut hasil uji normalitas menggunakan SPSS 24:

**Tabel 4.11**

### Uji Normalitas Data

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.66767828
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.036
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel pada penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, dikatakan normal apabila nilai taraf signifikansi dari SPSS lebih besar dari 0,05. Dilihat dari tabel diatas

bahwa data dikatakan berdistribusi normal dengan nilai exact sig 0,20 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05.

### b. Uji Multikolinearitas

Berikut ditampilkan dibawah ini hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 24:

**Tabel 4.12**

#### Uji Multikolinearitas Data

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	9.807	3.398		2.886	.005		
X1	.605	.276	.270	2.194	.031	.351	2.852
X2	-.475	.254	-.211	-1.873	.064	.419	2.388
X3	1.158	.404	.340	2.867	.005	.378	2.646
X4	.139	.365	.045	.382	.703	.388	2.576
X5	.468	.246	.216	1.903	.060	.411	2.435
X6	.786	.391	.270	2.010	.047	.295	3.391
X7	.257	.409	.080	.629	.531	.327	3.058

a. Dependent Variable: Y

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya dalam model regresi yang digunakan. Pada tabel diatas terlihat bahwa nilai VIF menunjukkan angka yang lebih kecil dari 10,00 yang berarti menunjukkan tidak terjadinya multikolinearitas, dan begitupula pada nilai tolerance menunjukkan angka lebih besar dari 0,10

### c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.13**

#### **Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.628	2.069		-.787	.433
PE	.000	.168	.000	-.001	.999
EE	.034	.154	.033	.220	.826
SI	.215	.246	.140	.876	.384
FC	.362	.222	.258	1.632	.106
HM	.156	.150	.160	1.040	.301
PV	.032	.238	.025	.136	.892
H	-.423	.249	-.293	-1.700	.092

a. Dependent Variable: abs\_res

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan menggunakan uji gletsjer, dalam hasil perhitungan uji heteroskedastisitas diatas diketahui bahwa nilai signifikansi keseluruhan item menunjukkan angka lebih dari 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang ada bebas dari heteroskedastisitas. Artinya antara besarnya data dengan residual tidak terdapat korelasi sehingga jikalau data diperbesar maka tidak akan menyebabkan residual yang semakin besar sehingga dapat terus dilakukan analisis lebih lanjut

#### d. Uji Autokorelasi

Berikut hasil uji autokorelasi menggunakan aplikasi SPSS 24:

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715 <sup>a</sup>	.512	.475	2.767	1.522

a. Predictors: (Constant), X7, X3, X4, X2, X5, X1, X6

b. Dependent Variable: Y

Diketahui  $N = 100$  dan  $K$  (Variabel independen) = 7

Nilai  $d = 1,522$

Nilai  $d_L = 1,549$

Nilai  $d_U = 1,803$

$4 - d_L = 4 - 1,549 = 2,451$

$4 - d_U = 4 - 1,803 = 2,197$

Hasil =  $d_U < d < 4 - d_U$

$= 1,803 > 1,522 < 2,197$

Sehingga dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi autokorelasi positif

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

**Tabel 4.15**

#### Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.807	3.398		2.886	.005
X1	.605	.276	.270	2.194	.031
X2	-.475	.254	-.211	-1.873	.064
X3	1.158	.404	.340	2.867	.005
X4	.139	.365	.045	.382	.703
X5	.468	.246	.216	1.903	.060
X6	.786	.391	.270	2.010	.047
X7	.257	.409	.080	.629	.531

a. Dependent Variable: Y

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,025 : 92) = 1,986$$

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X1 (PE) terhadap Y (PK) adalah sebesar  $0,031 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,194 > t_{\text{tabel}} 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y

2) Pengujian Hipotesis Ke dua (H2)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X2 (EE) terhadap Y (PK) adalah sebesar  $0,064 > 0,05$  dan nilai t hitung  $-1,873 < t_{\text{tabel}} 1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y

3) Pengujian Hipotesis Ke tiga (H3)

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X3 (SI) terhadap Y (PK) adalah sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,867 > t_{\text{tabel}} 1,986$ , sehingga

dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_3$  terhadap  $Y$

4) Pengujian Hipotesis Ke empat ( $H_4$ )

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh  $X_4$  (FC) terhadap  $Y$  (PK) adalah sebesar  $0,703 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $0,382 < t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh  $X_4$  terhadap  $Y$

5) Pengujian Hipotesis Ke lima ( $H_5$ )

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh  $X_5$  (HM) terhadap  $Y$  (PK) adalah sebesar  $0,060 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $1,903 < t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_5$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh  $X_5$  terhadap  $Y$

6) Pengujian Hipotesis Ke enam ( $H_6$ )

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh  $X_6$  (PV) terhadap  $Y$  (PK) adalah sebesar  $0,047 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,010 > t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_6$  terhadap  $Y$

7) Pengujian Hipotesis Ke tujuh ( $H_7$ )

Diketahui nilai Sig untuk pengaruh  $X_7$  (H) terhadap  $Y$  (PK) adalah sebesar  $0,531 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $0,629 < t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_7$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh  $X_7$  terhadap  $Y$

### b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Berikut hasil uji F menggunakan SPSS 24:

**F Tabel 4.16**

#### Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	738.456	7	105.494	13.776	.000 <sup>b</sup>
Residual	704.534	92	7.658		
Total	1442.990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X7, X3, X4, X2, X5, X1, X6

F tabel = F (k: n-k) = F (7: 93) = 2,110

#### 8) Pengujian Hipotesis Ke delapan (H8)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, X3, X4, X5, X6 dan X7 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $13,776 > 2,110$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa H8 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1,X2,X3,X4,X5,X6 dan X7 secara simultan terhadap Y

### c. Koefisien Determinasi

Berikut hasil uji koefisien determinasi:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715 <sup>a</sup>	.512	.475	2.767

a. Predictors: (Constant), X7, X3, X4, X2, X5, X1, X6

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 24 terlihat dari output diatas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,475 yang Artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 47,5%, sedangkan sisanya sebesar 52,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini

#### 4. Model Regresi Linear Berganda

Berikut dibawah ini hasil pengujian regresi linear berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasi Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.807	3.398		2.886	.005
X1	.605	.276	.270	2.194	.031
X2	-.475	.254	-.211	-1.873	.064
X3	1.158	.404	.340	2.867	.005

X4	.139	.365	.045	.382	.703
X5	.468	.246	.216	1.903	.060
X6	.786	.391	.270	2.010	.047
X7	.257	.409	.080	.629	.531

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

$$Y = 0,9807 + 0,605X_1 - 0,475X_2 + 1,158X_3 + 0,139X_4 + 0,468X_5 + 0,786X_6 + 0,257X_7 + e$$

Hasil ini menunjukkan bahwa dari total keseluruhan variabel independen yang berjumlah tujuh terdiri dari *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating condition*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* terdapat tiga variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu variabel *performance expectancy*, *social influence* dan *price value*

### C. Pembahasan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap Mahasiswa IAIN Madura dengan jumlah 100 responden maka hasil data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk *google forms* telah dilakukan pengolahan data melalui aplikasi SPSS 24 dan membuahkan hasil yang menyatakan bahwasannya dari ketujuh variabel independen yang terdapat pada UTAUT 2 antara lain (*Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, *Facilitating Condition*, *Hedonic*

*Motivation, Price Value* dan *Habit*) yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet* terdapat tiga variabel diantaranya, *Performance Expectancy, Social Influence* dan *Price Value*

*Performance expectancy* sebagai variabel pertama dalam pengujian ini membuahkan bukti empiris yang menyatakan bahwa variabel ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Madura dalam menggunakan E-Wallet dengan nilai sig  $0,031 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $2,194 > t$  tabel  $1,986$ , dengan demikian hipotesis pertama terdukung. Selanjutnya hipotesis ke tiga juga memberikan bukti yang menyatakan bahwasannya pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Madura dalam menggunakan E-Wallet dengan nilai sig sebesar  $0,005 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $2,867 > t$  tabel  $1,986$  dengan demikian hipotesis ke tiga juga terdukung. Hipotesis yang berpengaruh berikutnya yaitu *price value* yang menunjukkan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif penggunaan E-Wallet, hasil penelitiannya menunjukkan nilai sig  $0,047 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $2,010 > t$  tabel  $1,986$  yang berarti bahwa hipotesis ke enam juga diterima

### **1. Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Salah satu alasan utama seseorang dalam menggunakan aplikasi yaitu adanya manfaat yang didapatkan ketika menggunakannya, sama halnya dalam konteks pembahasan saat ini yang mana pada penggunaan *e-wallet* seseorang pastilah memiliki alasan tersendiri mengapa memilih menggunakan *e-wallet* daripada menggunakan produk *fintech* lainnya. Pengguna yang mendapatkan manfaat atas

*e-wallet* tersebut nantinya akan cenderung selalu menggunakannya sehingga muncullah perilaku konsumtif yang malah bisa mendatangkan kerugian secara tidak sadar. Perilaku konsumtif atas penggunaan *e-wallet* banyak menyerang kaula muda utamanya para mahasiswa yang secara faktor umur merupakan golongan yang memiliki ketertarikan serta pengetahuan yang lebih akan perkembangan teknologi

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan didapatkan bukti bahwa *performance expectancy* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yang terbukti melalui nilai *t-statistic* dan *P-value* yang terpenuhi, yang hal ini berarti bahwasannya ekspektasi kinerja mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa IAIN Madura dalam menggunakan e-wallet. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Erlinda Nur Khasanah dan Sriniyati mengenai analisis niat penggunaan *E-Wallet* untuk transaksi pembayaran oleh Mahasiswa<sup>2</sup>, dalam penelitiannya sama-sama menghasilkan bahwa ekspektasi kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan *E-wallet* secara berkelanjutan. Ekspektasi kinerja tentunya membawa dampak pada penggunaan *E-wallet* itu sendiri, akses kemudahan sebagai pilar dasar adanya teknologi ini tak ayal juga akan membawa pada dampak yang negatif dalam penggunaannya, yakni munculnya perilaku konsumtif Mahasiswa dalam menggunakan *E-wallet* tersebut yang kemudian

---

<sup>2</sup> Erlinda Nur Khasanah dan Sriniyati, ‘’ Analisis Niat Penggunaan E-Wallet untuk Transaksi Pembayaran oleh Mahasiswa,’’ Jurnal Akuntansi dan Pajak, no. 2 (Februari, 2024):6

dalam jangka panjang dampaknya akan terus menerus berpengaruh terhadap gaya hidup yang dijalankan

## 2. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Perilaku Konsumtif

*Effort expectancy* adalah tingkat kemudahan suatu sistem dan teknologi dapat digunakan oleh konsumennya, selain manfaat yang dicari oleh para pengguna teknologi kemudahan dalam menggunakannyapun menjadi salah satu alasan untuk memilih teknologi apa yang akan digunakan. Dalam kasus *e-wallet* beberapa dari mereka lebih nyaman ketika menggunakan aplikasi yang memuat fitur-fitur yang rinci dan tidak ribet, kenyamanan akan membuat para pengguna memiliki loyalitas yang tinggi dalam menggunakan aplikasi tersebut sehingga tidak menutup kemungkinan kenyamanan serta kemudahan yang didapat menciptakan perilaku konsumtif dalam diri mereka.

Pada penelitian ini data yang dihasilkan menunjukkan bahwa *effort expectancy* tidak memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif, dapat dilihat dari hasil uji statistik yang menghasilkan nilai sig untuk pengaruh X2 (*Effort Ekspectancy*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar  $0,064 > 0,05$  dan nilai t hitung  $-1,873 < t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, Hal ini terjadi dilatarbelakangi oleh beberapa sebab salah satunya banyak pengguna yang belum mengerti fitur-fitur yang disediakan *e-wallet* dan bahkan tidak mengerti bagaimana mengoperasikanya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ali Mujahidin dan Rika Pristian Fitri Astuti yang meneliti mengenai pengaruh *fintech e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial yang menghasilkan nilai signifikan sesuai uji t

yaitu sebesar 0,00 dimana nilai ini lebih kecil dari pada 0,05 sehingga hipotesa diterima

### **3. Pengaruh *Social Influence* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Lingkungan sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap suatu individu maupun kelompok bahkan bisa mengubah sikap dan perilaku mereka, hal tersebut biasanya didasari oleh munculnya kepercayaan yang datang dari pengaruh lingkungan sekitarnya. Oleh karena itu *social influence* dapat berpengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif, terlebih pada hal-hal yang baru seperti berkembangnya teknologi saat ini. Di era yang serba digital menuntut konsumen untuk ikut arus perkembangan teknologi, maraknya pembelian *online* yang mengharuskan kita untuk ikut serta beralih dari transaksi tunai menjadi non tunai, yang mana salah satu produk *fintech* yang banyak digunakan saat ini yaitu *e-wallet*

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwasannya nilai sig pengaruh X3 (*Social Influence*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung  $2,867 > t$  tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh H3 terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Asgin fauziah dan Siti Ashfiasari dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh *social influence* dan *self efficacy* terhadap *intention to use mobile payment system* pada pengguna *e-wallet*, dimana hasilnya menunjukkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sig 0,000 atau nilai sig  $< 0,05$  sehingga hipotesanya diterima, dari hasil penelitian ini dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi pengaruh sosial maka Mahasiswa IAIN Madura akan lebih konsumtif dalam menggunakan E-Wallet

#### **4. Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Kondisi yang memfasilitasi dapat memberikan rasa kenyamanan individu untuk menggunakan suatu sistem teknologi, semakin banyak fasilitas pendukung untuk suatu sistem baru maka semakin besar pula kemungkinan seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Kondisi yang memfasilitasi ini dapat berpengaruh terhadap tingkat Kepercayaan individu terhadap teknologi yang digunakannya dengan beranggapan bahwa teknologi yang digunakannya memberikan kenyamanan serta kemudahan, sehingga semakin baik ketersediaan *facilitating conditions* bagi pelanggan maka keinginan untuk menggunakanpun akan semakin tinggi

Ketika seseorang mendapatkan sebuah kenyamanan dan kemudahan dari suatu teknologi yang digunakannya maka besar kemungkinan orang tersebut akan mempengaruhi orang lain atau sekedar memperkenalkannya, salah satu contoh dalam teknologi finansial seperti adanya *e-wallet* maka semakin baik kondisi fasilitas yang disuguhkan maka akan dengan Mudah menarik para konsumen untuk menggunakannya, hal ini secara langsung mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif yang terdapat pada dirinya untuk terus menggunakan *e-wallet* tersebut

Dari hasil uji yang telah dilakukan dalam penelitian ini di dapatkan hasil bahwa nilai sig untuk pengaruh X4 (*Facilitating Conditions*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar  $0,577 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,559 < t$  tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak yang berarti tidak terdapat

pengaruh X4 terhadap Y. Hal ini terjadi disebabkan beberapa hal sebagai berikut:

1) Munculnya inovasi baru yakni *e-wallet* belum mampu menembus dan mengubah sistem transaksi yang lama dilingkungannya, 2) Nilai penggunaannya belum menunjukkan perubahan yang signifikan akan fasilitas yang diberikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nada Cantik Putri Kadua, Riski Dwi Safitri dan Rizqi Nur Afiah yang menganalisis tentang kajian strategis *consumptive behavior* dalam Penerapan *buy now pay later* di shopee yang mana menunjukkan bahwa *facilitating conditions* mempengaruhi terhadap *behavioral intentions* dengan nilai P-value  $0,043 < 0,05$

## **2. Pengaruh *Hedonic Motivation* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Perkembangan *e-commerce* saat ini sangat mendorong timbulnya perilaku konsumtif dalam membeli suatu barang, hal ini juga erat kaitannya dengan metode pembayaran yang digunakan. Pasalnya banyak sekali *e-commerce* yang bermitra dengan aplikasi lain seperti *e-wallet* untuk mendukung kemudahan bertransaksi. Kedua hal ini berjalan secara beriringan, kemudahan dan manfaat yang didapatkanpun memang sangat menguntungkan oleh karena itu sifat hedon akan mendorong perilaku konsumtif pada diri seseorang, mereka akan terus-terusan melakukan hal tersebut tanpa memikirkan faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam melakukan transaksi. Semakin hedon kehidupan maka akan semakin konsumtif pula dirinya, di kalangan mahasiswa saat ini sangat melekat berbagai tren kekinian yang hal ini juga menjadi salah satu faktor penyebab timbulnya hedon yang menyebabkan perilaku konsumtif, tidak sedikit dari mereka yang terbawa arus tren ini dan itu hanya demi pengakuan sosial saja padahal nyatanya

hal tersebut tidaklah tergolong pada kebutuhan primer mereka, melainkan hanya sebatas pembelian *impulsive* yang buruk akibatnya jika terus dibiarkan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *hedonic motivation* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, hal itu dibuktikan dari hasil uji statistik yang mana nilai Sig untuk pengaruh X5 (*Hedonic Motivation*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar  $0,068 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,846 < t$  tabel  $1,986$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X5 terhadap Y. Beberapa kemungkinan penyebab terjadinya hal ini yaitu disebabkan oleh: 1) Belum ada rasa senang berlebih yang dirasakan para pengguna ketika menggunakan *e-wallet*, 2) Kurangnya penawaran-penawaran yang kurang menggiurkan pengguna dan, 3) Adanya ketidaknyamanan dalam menggunakan *e-wallet*. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil uji yang dilakukan oleh Asad Khair, Kurniawati, Renny Lia Yustika dan Siti Rohmah dalam penelitiannya yang menganalisa tentang pengaruh *hedonic motivation* dan *utilitarian motivation* terhadap *impulsive buying* pada pengguna *e-commerce* yang mana hasilnya menunjukkan bahwa *hedonic motivation* berpengaruh positif terhadap faktor *impulsive buying*.

### **3. Pengaruh Price Value Terhadap Perilaku Konsumtif**

Harga yang murah sangat menarik perhatian para konsumen, selisih harga yang sedikitpun menjadi pertimbangan bagi beberapa individu dalam melakukan suatu transaksi. Ketika melakukan transaksi seperti membayar tagihan, transfer antar bank, atau pembelian maka biasanya terdapat biaya admin yang dikenakan, dan setiap *e-wallet* memiliki harga yang berbeda satu sama lain. Nilai harga ini

menjadi pertimbangan yang cukup besar apalagi bagi seseorang yang hampir keseluruhan transaksinya menggunakan non tunai. Para konsumen pastinya memilih *e-wallet* yang menawarkan biaya admin yang murah atau bahkan gratis, penggunaan *e-wallet* dengan nilai harga yang rendah ini secara tidak langsung juga dapat menciptakan perilaku konsumtif pada konsumen untuk terus-terusan melakukan transaksi secara non tunai, disamping karena efektivitas transaksi ini juga dapat dilakukan dimana saja tanpa harus bertemu langsung dengan yang dituju

Dalam hasil penelitian disini didapatkan bahwa *price value* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif diketahui dari hasil nilai Sig untuk pengaruh X6 (*Price Value*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar 0,047 < 0,05 dan nilai t hitung 2,010 > t tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa H6 diterima yang berarti terdapat pengaruh X6 terhadap Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kadek Indahyani dan I Gusti Ayu Ketut Rencana Sati Dewi dalam penelitiannya yang meneliti tentang pengaruh nilai harga terhadap minat penggunaan dompet digital yang mengatakan bahwa *price value* memiliki hubungan yang positif dengan perilaku konsumtif, sebab manfaat yang didapat lebih besar nilainya dari pada biaya yang dikeluarkan

Jika kita melihat fakta dilapangan sejatinya nilai harga menjadi salah satu alasan terkuat yang dapat menciptakan perilaku konsumtif seseorang, sebab beberapa orang cenderung berorientasi pada harga yang ditawarkan tanpa melihat pada aspek kebutuhan dan merasa puas ketika mendapatkannya. Namun disisi lain ada juga beberapa orang yang tidak terpengaruhi oleh nilai harga yang ditawarkan,

ia akan melakukannya ketika ia dalam kondisi membutuhkan saja. Sehingga nilai harga yang murah cenderung mempengaruhi terhadap perubahan perilaku seseorang menjadi konsumtif, oleh karena itu kesimpulan yang didapatkan yaitu perilaku konsumtif yang dialami Mahasiswa IAIN Madura dalam menggunakan *e-wallet* salah satunya dipengaruhi oleh nilai harga yang ditawarkan

#### **4. Pengaruh *Habit* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Faktor terakhir yang dapat memicu timbulnya perilaku konsumtif yaitu *Habit* (Kebiasaan), ketika seseorang sudah terbiasa dalam menggunakan *e-wallet* maka secara tidak sadar ia telah menemukan kenyamanan serta merasakan kemudahan akan *e-wallet* yang digunakannya. Kebanyakan para pengguna *e-wallet* enggan berpindah-pindah atau mengubah metode bertransaksi yang biasa ia gunakan sehingga hal ini menjadikannya akan terus menggunakan *e-wallet* tersebut dan bahkan bisa menimbulkan perilaku konsumtif dalam penggunaannya

Dalam penelitian ini *habit* memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dengan hasil uji yang menunjukkan nilai Sig untuk pengaruh X7 (*Habit*) terhadap Y (Perilaku Konsumtif) adalah sebesar  $0,531 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,629 > t$  tabel 1,986, sehingga dapat disimpulkan bahwa H7 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh X7 terhadap Y. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian tentang pengaruh model UTAUT 2 untuk menjelaskan *behavioral intention* dan *use behavior* penggunaan *mobile banking* yang diteliti oleh Naufal Alman Safly yang menghasilkan bahwa *habit* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebab penggunaan *mobile banking* yang menjadi kebiasaan dan menjadi kegiatan yang dilakukan tanpa berfikir bagi mayoritas responden