



**DAMPAK DIGITALISASI GEN Z TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus
Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

RATI MEILANY
1915210172

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2024**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL : DAMPAK DIGITALISASI GEN Z TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
(STUDI KASUS PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN UNPAB)

NAMA : RATI MEILANY
N.P.M : 1915210172
FAKULTAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Ekonomi Pembangunan
TANGGAL KELULUSAN : 08 Mei 2024

DIKETAHUI

DEKAN



Dr. E. Rusiadi, SE., M.Si.

KETUA PROGRAM STUDI



Wahyu Indah Sari, S.E., M.Si.

DISETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I



Assoc. Prof. Dr. E Rusiadi, S.E., M.Si.

PEMBIMBING II



Dr Suhendi, S.E., M.A.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RATI MEILANY

NPM : 1915210172

PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN

JENJANG : S-I (STRATA SATU)

JUDUL SKRIPSI : DAMPAK DIGITALISASI GEN Z TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus Prodi Ekonomi
Pembangunan UNPAB)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Januari 2024
Yang membuat pernyataan



(RATI MEILANY)
1915210172

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RATI MEILANY
Tempat/Tanggal lahir : Binjai , 31 Mei 2000
NPM : 1915210172
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Alamat : Jl. Pandega No.38 Binjai Selatan

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, Januari 2024

Yang membuat pernyataan



(RATI MEILANY)

ABSTRAK

Dalam skripsi ini, penulis mengambil judul penelitian yaitu “DAMPAK DIGITALISASI GEN Z TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)” di era yang serba digital saat ini membuat seseorang untuk berperilaku konsumtif, tingginya peran digitalisasi dalam praktek kehidupan sehari – hari membuat seseorang menjadi berperilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Dengan menggunakan penelitian analisis deskriptif kuantitatif, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linier berganda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang ditimbulkan oleh beberapa faktor yang di lihat dari variabel *E-money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data data primer yang dihimpun dari wawancara langsung kepada mahasiswa dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui uji Hipotesis Uji T Parsial menyatakan bahwa Variabel *E-Money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital Berprngaruh positif dan signifikan, Variabel *Gender* di ketahui berpengaruh positif dan tidak signifikan. Sedangkan Sumber Pendapatan memiliki pengaruh yang negative dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Melalui Uji F Simultan diketahui E-Noney, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan Gender Berpengaruh secara Bersama terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Dibuktikan dengan nilai R Square sebesar 70.20% menjelaskan adanya hubungan yang era tantara variabel yang dilet. Adapun sara kesimpulan penelitian ini disarankan kepada mahasiswa agar dapat memanfaatkan aplikasi fintech (*E-Money*) secara lebih luas bukan hanya sekedar digunakan untuk transaksi jual beli atau transfer keuangan melainkan memanfaatkan lebih luas akan kegunaan aplikasi seperti untuk kepentingan menabung, investasi atau menggunakan aplikai kredit yang efektif dalam memenuhi kebutuhan.

Kata kunci : *E-Money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

In this thesis, the author takes the research title "IMPACT OF GEN Z DIGITALIZATION ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR (CASE STUDY OF UNPAB ECONOMICS PROGRAM)" in the current digital era makes someone behave consumptively, the high role of digitalization in daily life practices makes someone become consumptive behavior, especially among Generation Z students from the UNPAB Development Economics Study Program. Using quantitative descriptive analysis research, the method used in this research is the multiple linear regression method. This research aims to determine whether there is an influence caused by several factors seen from the variables E-money, Live Streaming Feature, Digital Literacy, Source of Income and Gender on the Consumer Behavior of Generation Z UNPAB Development Economics Study Program. The data used in this research is primary data collected from direct interviews with students by distributing questionnaires. The results of research carried out by researchers through the Partial T Test Hypothesis test state that the E-Money Variable, Live Streaming Feature, Digital Literacy has a positive and significant influence, the Gender Variable is known to have a positive and insignificant influence. Meanwhile, Source of Income has a negative and insignificant influence on Consumptive Behavior. Through the Simultaneous F Test, it was discovered that E-Money, the Live Streaming Feature, Digital Literacy, Source of Income and Gender Have a Joint Influence on Consumptive Behavior among Gen Z Students at the UNPAB Development Economics Study Program. Proven by the R Square value of 70.20%, it explains the existence of a relationship between the variables involved. The conclusions of this research suggest that students can make wider use of fintech (E-Money) applications, not just for buying and selling transactions or financial transfers, but to make wider use of the application's uses, such as for saving, investing or using credit applications. effective in meeting needs.

Keywords: *E-Money, Live Streaming Feature, Digital Literacy, Consumptive Behavior*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“DAMPAK DIGITALISASI GEN Z TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Skripsi ini disusun dengan harapan dapat menjadi referensi dan informasi bagi semua pihak. Skripsi ini merupakan hasil maksimal yang dapat dikerjakan penulis dan menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan segala keterbatasan yang ada diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Dalam mempersiapkan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan berupa bimbingan dan petunjuk. Untuk itu pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. E Rusiadi, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Wahyu Indah Sari, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. E Rusiadi, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
5. Bapak Dr Suhendi, S.E., MA, selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Kepada seluruh Dosen dari Prodi Ekonomi Pembangunan, terima kasih tak terhingga atas segala ilmu yang baik lagi bermanfaat bagi pelnulis.
7. Kepada seluruh keluargaku, Bapak, Ibu, serta seluruh kakak,abang dan adik saya yang senantiasa mengalirkan semangatnya.

8. Kepada seluruh sahabat, teman dan rekan Kerja di Universitas Pembangunan Panca Budi, Terima kasih atas motivasi yang selalu mengalir, semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.

Akhirnya penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa dan juga para pembaca. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya kepada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat. Aamiin.

Medan, Januari 2024
Penulis,

Rati Meilany
NPM. 1915210172

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A . Latar Belakang Masalah	1
B . Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah	10
C . Rumusan Masalah.....	12
D . Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	13
E . Keaslian Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
A . Landasan Teori.....	18
B . Penelitian Terdahulu	34
C . Kerangka Konseptual.....	37
D . Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A . Pendekatan Penelitian.....	42
B . Tempat dan Waktu Penelitian	42
C . Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	43
D . Jenis Dan Sumber Data.....	44
E . Teknik Pengumpulan Data.....	46
F . Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A . Deskripsi Objek Penelitian	54
B . Hasil Penelitian.....	68
C . Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
A . Kesimpulan	87
B . Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2010 s/d 2022.....	5
Tabel 1.2 : Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Yang Akan Dilaksanakan.....	14
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 : Skedul Proses Penelitian.....	43
Tabel 3.2 : Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.3 : Skala Likert.....	44
Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	57
Tabel 4.2 : Karakteristik Reseponden Berdasarkan Status Mahasiswa	57
Tabel 4.3 : Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>E-Money</i> (X1)	58
Tabel 4.4 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Fitur Live Streaming (X2) .	60
Tabel 4.5: Penilaian Responden Terhadap Variabel Literasi Digital (X3)	61
Tabel 4.6 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Sumber Pendapatan (X4).....	62
Tabel 4.7 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Gender/Jenis Kelamin (X5)	63
Tabel 4.8 : Penilaian Responden Terhadap Variabel Prilaku Konsumtif (Y).....	63
Tabel 4.9 : Uji Validitas Butir Pernyataan X1 (<i>E-money</i>)	67
Tabel 4.10 : Uji Validitas Butir Pernyataan X2 (Fitur Live streaming)	67
Tabel 4.11: Uji Validitas Butir Pernyataan X3 (Literasi Digital).....	67
Tabel 4.12: Uji Validitas Butir Pernyataan X4 (Sumber Pendapatan).....	68
Tabel 4.13 : Uji Validitas Butir Pernyataan X5 (Gender).....	68
Tabel 4.14 : Uji Validitas Butir Pernyataan Y (Prilaku Konsumtif).....	69
Tabel 4.15 : Hasil Uji Reabilitas	69
Tabel 4.16: Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.17 : Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.18 : Hasil Uji T/ Uji parsial	76
Tabel 4.19 : Hasil Uji – F (Uji Hipotesis Simultan).....	78
Tabel 4.20: Hasil Uji Koefisien Determinasi	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : <i>E-Commerce</i> dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia	3
Gambar 1.2 : Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2010 s/d 2022.....	5
Gambar 1.3 : <i>Platform</i> Penggunaan <i>E-Money</i> di Indonesia.....	7
Gambar 1.4 : <i>Platform</i> Penggunaan <i>Literasi Digital</i> pada Gen Z	9
Gambar 1.5 : Data Gender Berdasarkan Usia di Indonesia.....	11
Gambar 1.6 : Data Sumber Pendapatan di Indonesia.....	12
Gambar 2.1: Kerangka Konseptual)	40
Gambar 4.1 : Histogram Uji Normalitas	70
Gambar 4.2 : Uji_Pplot Uji Normalitas	71
Gambar 4.3 : Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 : Tabulasi Data Olahan.....	97
Lampiran 3 : Output Uji Responden.....	103
Lampiran 4 : Output Uji Regresi dan Uji T (Parsil).....	107
Lampiran 5 : Output Uji F dan Uji D	107
Lampiran 6 : Dokumentasi Wawancara dan Penyebaran Angket.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi ke arah serba digital saat ini semakin pesat. Pada era digital seperti ini, manusia secara umum memiliki gaya hidup baru yang tidak bisa dilepaskan dari perangkat yang serba elektronik. Teknologi menjadi alat yang mampu membantu sebagian besar kebutuhan manusia. Teknologi telah dapat digunakan oleh manusia untuk mempermudah melakukan apapun tugas dan pekerjaan (Mahansa Sinulingga, 2021).

Peran penting teknologi inilah yang membawa peradaban manusia memasuki era digital. Era digital telah membawa berbagai perubahan yang baik sebagai dampak positif yang bisa digunakan sebaik-baiknya. Namun dalam waktu yang bersamaan, era digital juga membawa banyak dampak negatif, sehingga menjadi tantangan baru dalam kehidupan manusia di era digital ini. Tantangan pada era digital telah pula masuk ke dalam berbagai bidang seperti politik, ekonomi, sosial budaya, pertahanan, keamanan, dan teknologi informasi itu sendiri.

Sebagai negara berkembang, teknologi digital mampu mendorong berbagai kemajuan Indonesia. Dari segi infrastruktur dan hukum yang mengatur kegiatan di dalam internet, Indonesia sudah siap hidup di era digital. Kesiapan Indonesia dalam koneksi internet yang saat ini sudah semakin membaik di era 5G dengan Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE).

Penggunaan teknologi di Indonesia sangat berdampak bagi Masyarakat di Indonesia terlebih dalam penggunaan telepon pintar dan lain – lainnya. Dunia

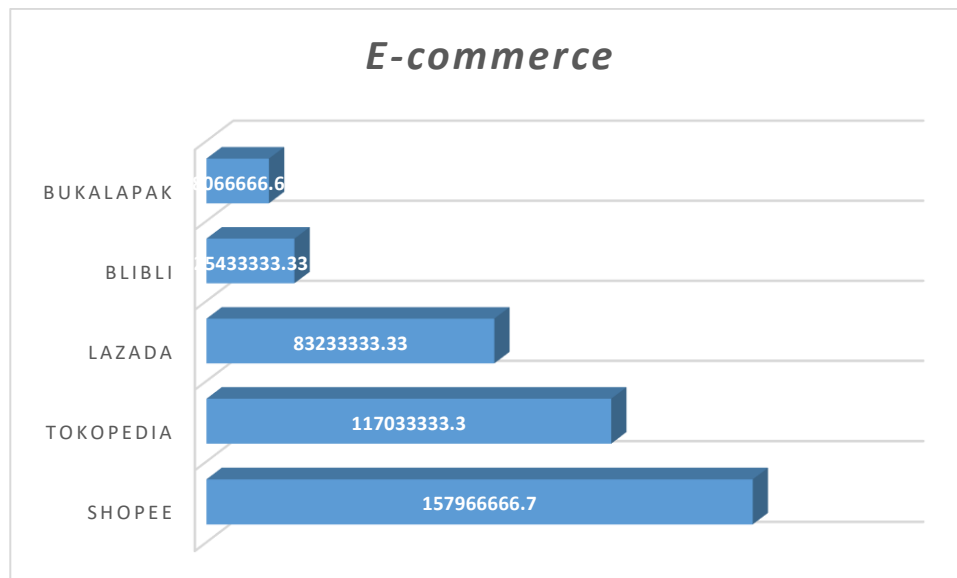
digital berbasis internet membuat seluruh aktivitas para penghuninya menjadi tanpa batas ruang dan waktu. Payung hukum untuk mengatur segala bentuk aktivitas tersebut seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) tahun 2008 terus disempurnakan. (Wawan Setiawan, 2017).

Telah banyak perkembangan era digital yang dilakukan Indonesia termasuk media massa di Indonesia berubah dalam menyampaikan informasi. Media online (internet) di era sekarang ini menggeserkan media massa konvensional. Walaupun Indonesia terlambat dalam mengadopsi teknologi komunikasi khususnya internet. Namun budaya digital masyarakat Indonesia sangat cepat menerima perkembangan teknologi tersebut. Di lihat secara global Indonesia masuk dalam budaya digital yang di butuhkan dalam mencapai pertumbuhan yang positif sesuai dengan kemajuan jaman itu sendiri (Asnal Muna, 2023).

Ekonomi digital merupakan ekonomi yang didasarkan pada barang dan jasa yang dihasilkan oleh perangkat elektronik dan di perdagangkan melalui perdagangan elektronik. Artinya, bisnis ini mempunyai kaitan dengan produksi elektronik dan proses manajemen yang berhubungan dengan mitra yang dilakukan melalui transaksi internet ataupun teknologi website (Hana Fathina, 2022).

The Nielsen Global Survey of E-Commerce mensurvei responden yang memiliki akses internet di 60 negara untuk mempelajari intensitas belanja online dari konsumen di seluruh dunia. Banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia melalui internet tersebut membawa peluang bagi sektor perekonomian Indonesia. Salah satu pemanfaatan internet adalah untuk menjangkau pasar yang lebih luas dalam hal penjualan barang atau jasa yang diproduksi oleh Usaha Mikro Kecil Menengah khususnya pada bidang *E-*

Commerce Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi terjadi pada hampir semua aspek kehidupan manusia.



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1: E-Commerce dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.1 diketahui, situs Shopee meraih rata-rata 157,9 juta pengguna, jauh melampaui para pesaingnya. Dalam periode yang sama, situs Tokopedia meraih rata-rata 117 juta pengguna, situs Lazada 83,2 juta pengguna, situs BliBli 25,4 juta pengguna, dan situs Bukalapak 18,1 juta pengguna pada tahun ini 2023. Adapun Ketua Dewan Pembina Asosiasi *E-Commerce* Indonesia, Rudiantara, menilai *e-commerce* masih menjadi penopang ekonomi digital dalam negeri pada 2023. "Lebih dari setengah ekonomi digital berasal dari *e-commerce*. Bahkan, tahun ini diperkirakan (transaksi) *e-commerce* bisa mencapai Rp600 triliun sampai Rp700 triliun, untuk semua jenis *e-commerce* (Adi Ahdiat, 2023)

Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh

konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan jaman.

Perilaku konsumtif tidak didasarkan dengan kebutuhan-kebutuhan dasar yang memang harus dipenuhi, melainkan didasarkan pada keinginan semata. Menghabiskan uang dan limit kartu sudah menjadi kebiasaan. Maka perilaku konsumtif dikatakan sebagai budaya yang telah berkembang dimasyarakat, yang disebut juga dengan gaya hidup konsumtif. *Giddens* mengatakan bahwa gagasan gaya hidup telah dikorupsi oleh perilaku konsumtif. Dengan demikian gaya hidup dapat dipahamipula sebagai perburuan penampilan diri dimuka publik, sekaligus sebagai pencarian identitas dalam pentas konsumsi massa (Maria Kartika A, 2022).

Hal tersebut merupakan dampak yang muncul dari perubahan gaya hidup masyarakat urban. Orang memiliki kecenderungan lebih konsumtif adalah mereka yang tinggal di kota, dikarenakan hal tersebut merupakan bawaan dari lingkungan tempat ia berada dan dengan adanya berbagai fasilitas yang lebih memadai dan lebih menunjang masyarakat untuk membentuk pola konsumsi.

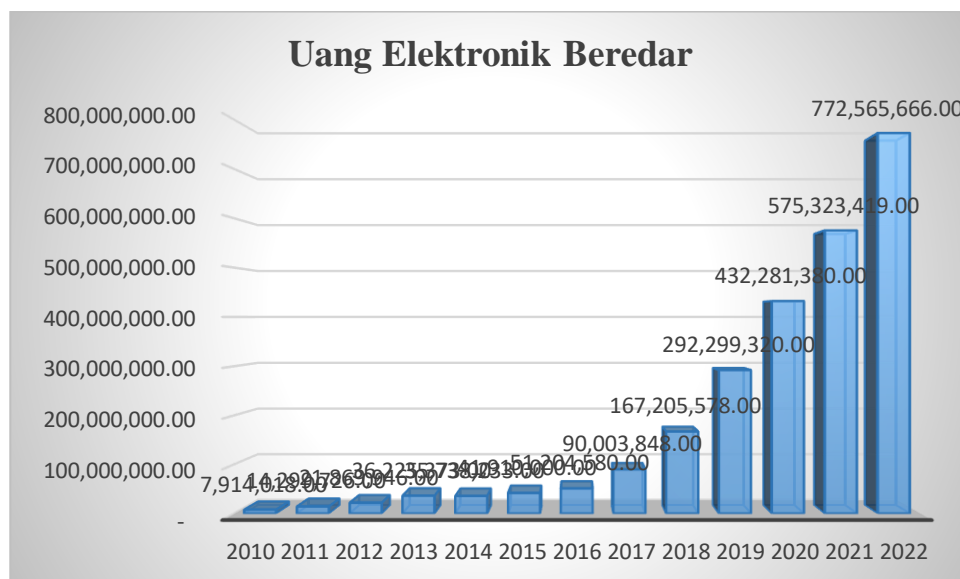
Menelaah pola konsumsi masyarakat dalam kehidupan yang modern ini, maka peneliti mencoba melihat bagaimana perilaku konsumtif pada masyarakat urban bahwa penggunaan *E-Money* pada masyarakat umumnya juga sebenarnya menjadi simbol status bagi pribadi masyarakat tersebut karena apabila masyarakat sekarang mengganti pola transaksi yang mereka gunakan (dari cash ke kartu) maka kecenderungan bahwa setiap individu akan lebih banyak mempunyai dan menggunakan kartu yang ada sebagai metode transaksinya. Dan akan menjadi terlihat lebih keren apabila individu tersebut banyak kartu dalam dompetnya. Oleh

karena itu dengan adanya perubahan pola transaksi pada era ini, sekaligus membuat masyarakat untuk menunjukkan “ simbol status” pada dirinya.

Tabel 1.1 : Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2010 s/d 2022

Tahun	Uang Elektronik Beredar
2010	7,914,018.00
2011	14,299,726.00
2012	21,869,946.00
2013	36,225,373.00
2014	35,738,233.00
2015	41,910,000.00
2016	51,204,580.00
2017	90,003,848.00
2018	167,205,578.00
2019	292,299,320.00
2020	432,281,380.00
2021	575,323,419.00
2022	772,565,666.00

Sumber : www.bi.go.id



Sumber : Tabel 1.1

Gambar 1.2: Uang Elektronik Beredar di Indonesia Tahun 2010 s/d 2022

Berdasarkan Tabel 1.1 dan Gambar 1.2 maka di ketahui jumlah uang elektronik selama tahun 2010 sampai dengan 2022 mengalami kenaikan yang sangat signifikan dari tahun – tahun sebelumnya. Munculnya marketplace atau

tempat belanja melalui online serta maraknya pembayaran digital telah memicu peningkatan penggunaan uang elektronik (*e-money*) di tanah air.

Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), uang elektronik yang beredar telah mencapai 772,57 juta unit pada November 2022. Jumlah tersebut meningkat 34,28% dari posisi akhir 2021. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa pada Juni 2022. Artinya, rata-rata setiap penduduk memiliki 2,8 unit uang elektronik pada tahun lalu. Jumlah uang elektronik yang beredar menunjukkan tren naik sejak 2010 seperti terlihat pada grafik 1.2.

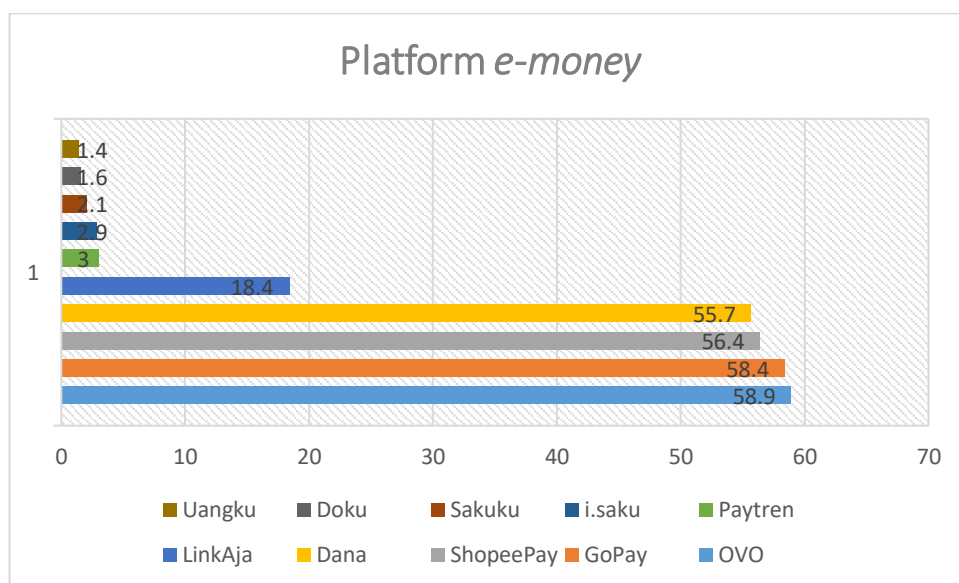
Pada 2010, uang elektronik baru mencapai 7,9 juta unit. Jumlah tersebut telah melonjak lebih dari 9.000% hingga November 2022. Berdasarkan media penyimpanannya, uang elektronik terbagi menjadi dua. Pertama, *e-money* berdasarkan chip sebanyak 89,09 juta unit. Kedua, berdasarkan server sebanyak 683,47 juta unit. Adapun uang elektronik yang terdaftar mencapai 188,9 juta unit dan yang tidak terdaftar sebanyak 583,66 juta unit.

Nilai transaksi uang elektronik sepanjang periode Januari-November 2022 mencapai Rp 1,03 kuadriliun. Nilai tersebut melonjak 46,44% dibanding periode yang sama tahun sebelumnya (Viva Budy Kusnandar, 2023)

Kemajuan teknologi dalam transaksi ekonomi digital mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan perkembangan zaman. Didukung dari beberapa perusahaan maupun pusat perbelanjaan yang lebih mengutamakan pembayaran menggunakan kartu (baik debit maupun kredit), membuat masyarakat pada saat ini tidak lagi menggunakan atau memegang uang cash untuk ber-transaksi. Kalangan ini yang disebut dengan *cashless society*. Dalam melakukan transaksi pembayaran,

kalangan ini menggunakan dengan cara elektronik. Kalangan ini jarang memegang atau menyimpan uang tunai. Kalaupun ada, mungkin dalam nominal yang secukupnya saja untuk transaksi yang bisa tidak bisa dilakukan dengan cara elektronik.

Berikut adalah data platform *e-money* yang telah muncul sebagai pemain utama di pasar ekonomi digital di Indonesia



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.3 : Platform Penggunaan *E-Money* di Indonesia

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat kita bahwa OVO menjadi aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan. Sebanyak 58,9% responden pengguna dompet digital mengaku menggunakan OVO menurut survey yang dilakukan oleh DailySocial. OVO hanya unggul sedikit dari GoPay yang dipakai oleh 58,4% responden. Selanjutnya, ShopeePay berada di peringkat ketiga dengan persentase pemakaian oleh 56,4% responden. Dana berada di posisi keempat dengan pengguna sebanyak oleh 55,7% responden. Dana juga menjadi dompet digital keempat yang digunakan oleh lebih dari 50% responden. Dompet digital lainnya memiliki

penggunaan di bawah 50 persen. Beberapa di antaranya adalah LinkAja yang dipakai oleh 18,4% responden, PayTren oleh 3% responden, dan i.saku 2,9%.

Survei DailySocial Fintech Report 2021 melibatkan 1.500 responden. Produk *e-money* atau dompet digital menjadi produk teknologi keuangan yang paling banyak dipakai di Indonesia, yaitu dipakai oleh 53,7% responden (Reza Pahlevi, 2021)

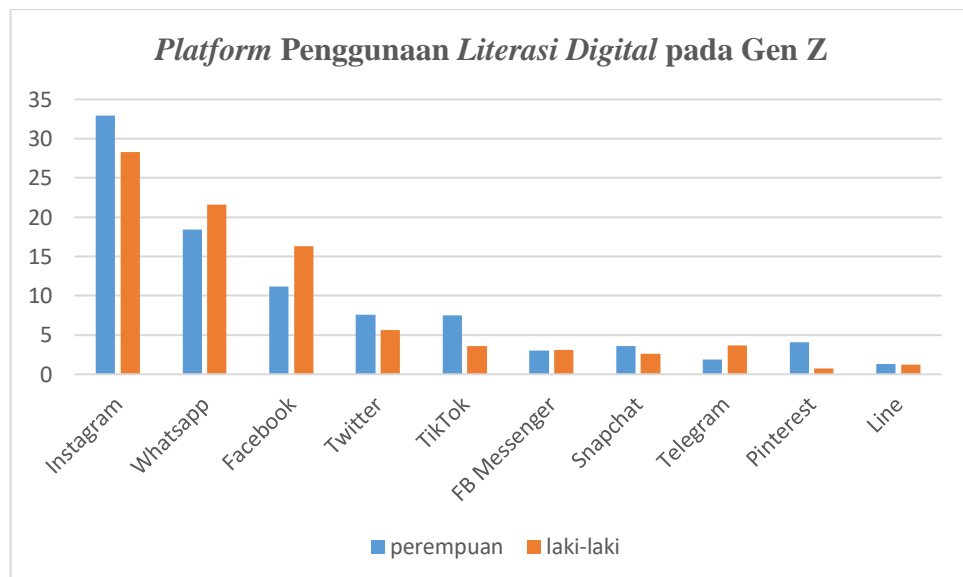
Gen Z atau generasi z adalah seluruh generasi yang lahir mulai tahun 1996 hingga 2012. Artinya, Gen z adalah generasi setelah milenial. Jadi, pada tahun 2023 ini, anak-anak yang berusia 9-26 tahun termasuk ke dalam gen z. Namun demikian, sejumlah lembaga seperti badan statistik Kanada, agensi *Sparks and Honey*, *Mccrindle Research Centre* mengatakan bahwa gen z adalah generasi yang lahir mulai tahun 1995. Gen z disebut juga dengan *iGeneration*. Sebutan itu terinspirasi dari nama-nama produk teknologi terkemuka di dunia, yakni *Apple*. Jadi, *iGeneration* maksudnya adalah generasi z adalah generasi internet yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk menjalani kehidupan (Jawahir Gustav R, 2020)

Generasi z ini memiliki keunggulan mampu melakukan multitasking alias bisa melakukan berbagai kegiatan dalam satu waktu, misalnya menggunakan komputer, memainkan sosial media, dan mendengarkan musik dalam satu waktu yang sama. Hal itu dikarenakan gen z sudah menjumpai teknologi sejak lahir sehingga mampu mengaplikasikan teknologi dengan maksimal.

Salah satu ciri utama dari Gen Z adalah terbiasa dengan hal-hal yang berbau teknologi atau disebut juga dengan *tech savvy*. Jadi mereka mampu mengoperasikan peralatan teknologi dengan mudah bahkan sejak masih dini. Gen

Z ini cenderung mampu menguasai teknologi yang baru dirilis dengan cepat karena memang sejak dini sudah dikenalkan dengan teknologi. Gen Z juga cenderung lebih aktif dalam berkomunikasi melalui dunia maya, seperti misalnya memanfaatkan aplikasi media sosial atau aplikasi berbagi pesan (Putri Nela H, 2017).

Hal tersebut kembali lagi tak lepas dari hal-hal yang berbau teknologi. Melalui media tersebut, para gen z lebih suka mengekspresikan pikirannya dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal itu juga dikarenakan mereka lahir di saat perkembangan teknologi kian pesat. Bahkan dapat dikatakan mereka langsung dihadapkan dengan teknologi.



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.4 : Platform Penggunaan Literasi Digital pada Gen Z

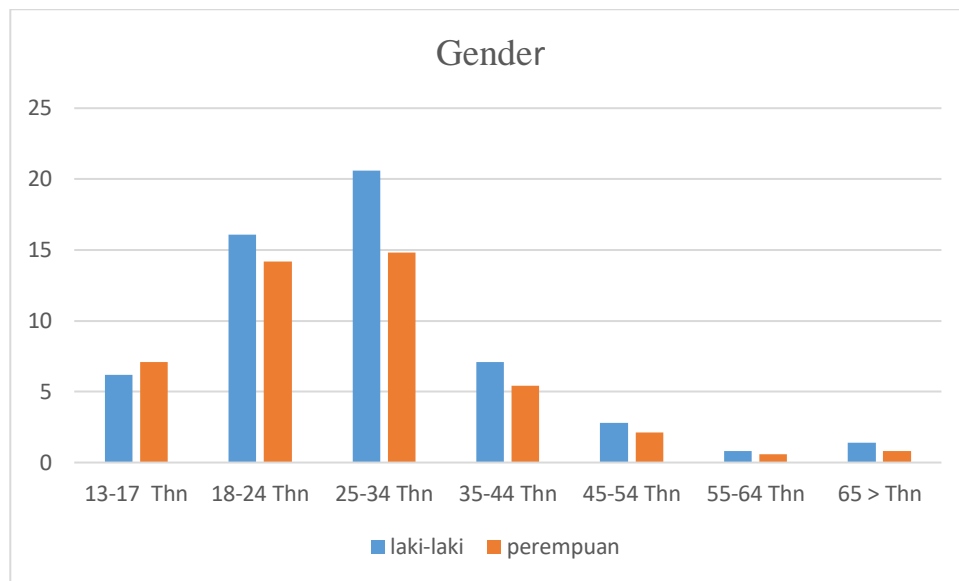
Berdasarkan Gambar 1.4, Hasil survei *We Are Social* menunjukkan, Instagram menjadi platform media sosial terfavorit bagi generasi Z secara global. Persentasenya bahkan jauh melampaui platform media sosial lainnya, seperti Whatsapp dan Facebook. Secara rinci, ada 32,9% pengguna internet perempuan berusia 16-24 tahun yang menjadikan Instagram sebagai *platform* media sosial

favoritnya. Sementara, pengguna internet laki-laki dengan rentang usia serupa yang menyukai Instagram mencapai 28,3%.

Whatsapp berada di urutan kedua lantaran ada 18,4% pengguna internet perempuan berusia 16-24 tahun yang menyukainya. Pengguna internet laki-laki dari generasi Z yang menyukai Whatsapp mencapai 21,6%. Pengguna internet perempuan dari generasi Z yang menyukai Facebook tercatat sebesar 11,2%. Sedangkan, ada 16,3% pengguna internet laki-laki dari generasi Z yang menyukai platform tersebut.

Kemudian, ada 7,6% pengguna internet perempuan dari generasi Z yang menyukai Twitter. Persentasenya sebesar 5,6% bagi pengguna internet laki-laki dari generasi Z. Sementara, pengguna internet perempuan dari generasi Z yang menyukai Tiktok mencapai 7,5%. Sedangkan, pengguna internet laki-laki berusia 16-24 tahun yang menyukai platform tersebut sebesar 3,6% (Vika Azkiya Dihni, 2021)

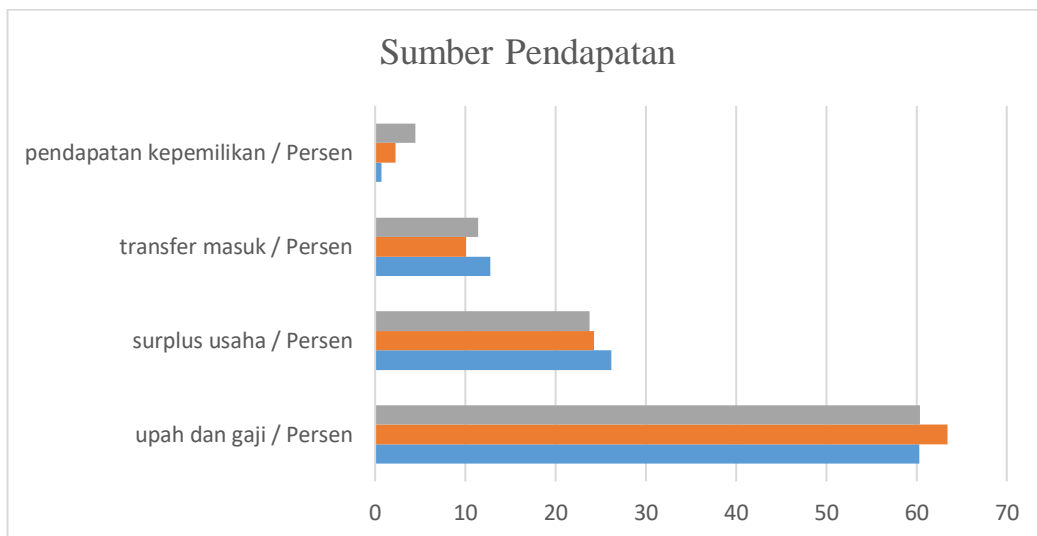
Erigo kembali menorehkan pencapaian baru saat menghadirkan sesi live streaming di Shopee Live dan berkolaborasi dengan Raffi Ahmad. Erigo yang sudah berhasil membawa produknya ke mancanegara tidak pernah berhenti memberikan kejutan dan inovasi baru bagi masyarakat Indonesia. Perjalanan panjang bersama Shopee ternyata memberikan motivasi dan semangat buat Erigo mengembangkan bisnisnya. Dengan keunggulan dan jangkauan luas yang fitur Shopee Live tawarkan, hari ini, Erigo bersama Raffi sukses pecahkan rekor penjualan sebesar 5 Milyar dalam waktu kurang dari 10 menit (<https://jabar.viva.co.id/kipedia/11109-erigo-pecahkan-rekor-penjualankurang-dari-10-menit-terjual-sebesar-5-milyar>)



Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.5 : Presentasi Gender di Indonesia berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 1.5 di atas maka dapat di ketahui Laporan Statista mencatat, Gender berdasarkan Jenis kelamin dan umur di Indonesia pada 2022 paling banyak yakni berusia 25-34 tahun. Rinciannya, laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 20,6% dan 14,8%. Posisi selanjutnya yakni berusia 18-24 tahun. Rinciannya, pengguna laki-laki dan perempuan masing-masing sebanyak 16,1% dan 14,2%. Gender berdasarkan Jenis kelamin dan umur di Indonesia paling sedikit yakni berusia 55-64 tahun. Kemudian usia 65 tahun ke atas.



Sumber : Sumber : databoks.katadata.co.id

Gambar 1.6 : Sumber Pendapatan Rumah Tangga di Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.6 di atas diketahui Upah dan gaji merupakan sumber pendapatan rumah tangga Indonesia yang terbesar. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), Nilai upah dan gaji rumah tangga Indonesia pada tahun 2020 sebesar Rp 5.667,7 triliun, proporsinya mencapai 60,31% terhadap total pendapatan rumah tangga. Pada tahun 2021, nilai upah dan gaji meningkat menjadi sebesar Rp 6.354,71 triliun atau setara 63,42% total pendapatan rumah tangga nasional. Kemudian pada 2022, nilainya menurun menjadi Rp 6.014,12 triliun atau setara proporsi 60,37%. Selain upah dan gaji, pendapatan rumah tangga terbesar di Indonesia pada 2020 berasal dari surplus usaha, yaitu proporsinya mencapai 26,19%. Namun, pendapatan dari surplus usaha ini menurun menjadi 24,26% pada 2019 dan nilainya terus menurun pada tahun 2022 menjadi 23,77%.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang diatas, maka penulis membuat beberapa identifikasi masalah untuk mendukung kejelasan fenomena permasalahan yang

dikaji dalam penelitian ini. Adapun identifikasi masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Ketergantungan dari penggunaan teknologi seperti menggunakan *E-money* atau Uang Elektronik pada generasi Z menimbulkan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi.
2. Penggunaan Fitur Live Streaming dalam Belanja *Online* pada generasi Z menimbulkan Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi.
3. Perkembangan *Literasi Digital* pada generasi Z menimbulkan Perilaku konsumtif pada mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi.
4. Banyak atau sedikitnya pendapatan yang diterima oleh Mahasiswa Generasi Z akan meningkatkan gaya konsumsi barang, sehingga menimbulkan dampak Perilaku Konsumtif
5. Peran *Gender* dalam menggunakan pemamfaatan *Fitur* Teknologi pada Generasi Z akan menimbulkan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini dibatasi agar pembahasannya lebih fokus dan terarah serta tidak menyimpang dari tujuan yang diinginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah ini fokus kepada “Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, adapun rumusan masalah melalui pendekatan metode Regresi Linear Bergada adalah sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan *E-money* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?
2. Apakah penggunaan Fitur Live Streaming Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?
3. Apakah Literasi Digital Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
4. Apakah Sumber Pendapatan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
5. Apakah *Gender* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
6. Apakah penggunaan *E-money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital , Sumber Pendapatan dan *Gender* berpengaruh secara simultan Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah penggunaan *E-money* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?
2. Untuk mengetahui apakah penggunaan Fitur Live Streaming Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?
3. Untuk mengetahui apakah Literasi Digital Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
4. Untuk mengetahui apakah Sumber Pendapatan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
5. Untuk mengetahui apakah *Gender* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
6. Untuk mengetahui apakah penggunaan *E-money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* berpengaruh secara simultan Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan penulis dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis masalah Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)
2. Untuk menjadi jurnal yang akan dikirim ke bank BI (Bank Indonesia) agar menjadi masukan dan bahan pertimbangan pemerintah dan instansi terkait dalam menentukan kebijakan yang tepat dalam pengendalian stabilitas mata uang dalam suatu negara.
3. Sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian lebih jauh terutama yang berkaitan dengan Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Milatul Karimah dkk yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-Money*, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelanjaan Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIWARA”. Adapun perbedaan penelitian yang akan dilaksanakan dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2: Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Yang Akan Dilaksanakan

Perbandingan	Penelitian terdahulu	Penelitian sekarang
Judul	<i>Milatul Karimah dkk</i> “Pengaruh Penggunaan <i>E-Money</i> , <i>Fitur Live Streaming</i> , dan <i>Literasi Digital</i> Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelian Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIWARA”.	<i>Rati Meilany</i> “Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Pembangunan Ekonomi UNPAB)”
Model	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Berganda
Variabel	<i>E-Money</i> , <i>Fitur Live Streaming</i> , dan <i>Literasi Digital</i>	<i>E-Money</i> , <i>Fitur Live Streaming</i> , <i>Literasi Digital</i> , <i>Sumber Pendapatan</i> dan <i>Gender</i>
Lokasi	Prodi Pendidikan Ekonomi UNIWARA	Prodi Ekonomi UNPAB Kota Medan
Waktu Penelitian	Januari 2023	November 2023
Jumlah Sampel	70 Responden	80 Responden

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Pertumbuhan Ekonomi dan Teknologi

Pertumbuhan ekonomi merupakan perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang dapat menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi oleh masyarakat bertambah dan kemampuan masyarakat semakin meningkat (Sukirno, 2011). Disisi lain pertumbuhan ekonomi juga dapat dikatakan sebagai peningkatan kemampuan dari suatu kegiatan perekonomian dalam memproduksi barang dan jasa. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang sangat penting dalam melakukan analisis terhadap pembangunan ekonomi pada suatu negara. Dengan adanya pertumbuhan ekonomi dapat menunjukkan sejauh mana aktivitas perekonomian yang dapat menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat pada suatu periode tertentu (Basri, 2010).

Pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan pendapatan nasional secara berarti yang dijelaskan dengan meningkatnya pendapatan perkapita dalam suatu periode tertentu (Putong, 2013). Pertumbuhan ekonomi dapat dikatakan sebagai kenaikan PDB atau PNB tanpa memandang besar atau kecil tingkat pertumbuhan penduduk serta perubahan struktur ekonomi atau perbaikan sistem kelembagaan (Lyncollin, 2015)

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu penyelidikan yang banyak dibahas oleh para ahli ekonomi. Sukirno menjelaskan ada beberapa teori pertumbuhan ekonomi yang telah dikemukakan oleh beberapa para ahli, antara

lain: (Sukirno, 2011).

a. Teori Pertumbuhan Solow-swan

Teori ini merupakan pengembangan dari teori Harrod Domar, dimana dalam teori Solow terdapat kemungkinan perubahan pada suku bunga dan tingkat upah. Sedangkan dalam teori Harrod Domar, tingkat bunga dianggap kaku dan tingkat upah dalam jangka panjang dianggap konstan.

Model pertumbuhan yang dikemukakan oleh Solow ini menggambarkan suatu perekonomian suatu Negara dimana pertumbuhan outputnya merupakan hasil dari dua jenis input, yaitu modal dan tenaga kerja. Solow berasumsi bahwa terdapat hubungan yang konstan antara modal dan tenaga kerja sehingga didapat fungsi produksi sebagai berikut:

$$Y = f (K, L)$$

Dimana Y adalah output, K adalah modal atau kapital, L adalah tenaga kerja atau labor. Dengan memasukkan teknologi dalam fungsi produksi maka:

$$Y = f [(K,L) E]$$

Dimana E merupakan variabel baru yang disebut efisiensi tenaga kerja dan kapital akibat adanya teknologi yang digunakan selama proses produksi.

Dalam efisiensi tenaga kerja, teknologi disini dapat berupa pengetahuan masyarakat mengenai berbagai metode yang dapat digunakan dalam proses produksi. Efisiensi tenaga kerja akan tercapai apabila terdapat perbaikan-perbaikan dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan keterampilan bagi setiap masyarakat. Hal ini yang kemudian juga dapat berdampak pada tingkat produktivitas yang dihasilkan oleh tenaga kerja. Dalam efisiensi kapital, teknologi berupa mesin-mesin atau alat-alat yang digunakan selama proses produksi. Kemajuan teknologi ditetapkan

sebagai faktor residu untuk menjelaskan pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang. Karena tingkat kemajuan teknologi (*total factor productivity*) ditentukan dengan variabel eksogen, model neoklasik Solow terkadang juga disebut model pertumbuhan eksogen (*exogeneous growth model*). Usaha untuk memperbaiki kekurangan model Solow, dinyatakan dengan memecahkan *total factor productivity* dengan memasukkan variabel lain, dimana variabel ini dapat menjelaskan pertumbuhan yang terjadi. Model pertumbuhan yang demikian disebut model pertumbuhan endogen (*endogeneous growth model*).

b. Teori Real Business Cycle (Siklus Bisnis Riil)

Real Business Cycle memberi kontribusi penting dalam ilmu ekonomi dengan memberi sudut pandang baru yang berbeda dalam mengkaji fluktuasi jangka pendek dari *output* dan kesempatan kerja (*employment*) yang dijelaskan dengan menggunakan substitusi tenaga kerja antar waktu.

Dalam teori ini, fluktuasi dianggap sebagai perubahan dalam tingkat *output* alami atau keseimbangan dengan tetap mempertahankan model klasik sebagai acuan. Teori ini mengasumsikan bahwa harga dan upah adalah fleksibel, bahkan dalam jangka pendek.

Dengan asumsi *complete price flexibility*, teori ini menganut classical dichotomy dimana variabel-variabel nominal seperti pergerakan uang dan tingkat harga tidak mempengaruhi variabel-variabel di sektor riil seperti output dan pengangguran (Mankiw, 2000).

Teori ini menyatakan bahwa pergerakan di sektor riil disebabkan oleh faktor alami di sektor ini sendiri. Seperti terjadinya *technological shock* yang membuat produktivitas meningkat yang kemudian berakhir pada perekonomian yang

semakin meningkat. Dengan kata lain, semua fluktuasi di sektor riil seperti pertumbuhan ekonomi, tingkat pengangguran, tingkat konsumsi dan investasi merupakan hasil reaksi dari individu-individu terhadap perubahan dalam perekonomian.

Selama resesi/kemunduran teknologi dan *output*, insentif untuk bekerja menurun karena teknologi produksi menurun. Asumsi lain yang juga penting dalam teori ini adalah netralitas uang dalam perekonomian. Hal ini berlaku juga untuk jangka pendek, dimana kebijakan moneter tidak akan mempengaruhi variabel-variabel riil, seperti output dan kesempatan kerja.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan. Kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan “konsumerisme”. Padahal konsumerisme mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Tambunan, 2001: 1).

James F. Engel (2002: 8) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif

seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Pendapat di atas berarti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001: 1).

Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya atau bahkan untuk menjaga gengsi agar tidak ketinggalan jaman.

Keputusan pembelian yang didominasi oleh faktor emosi menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Hal ini dapat dibuktikan dalam perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli sesuatu yang belum tentu menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama dan menimbulkan pemborosan. Remaja dalam masa peralihan dari masa kanak-kanak dengan suasana hidup penuh ketergantungan pada orang tua menuju masa dewasa yang bebas, mandiri dan matang. Termasuk bagaimana individu menampilkan diri secara fisik, hal ini agar sesuai dengan

komunitas mereka atau bisa juga dengan pengaruh iklan, karena akan timbul keinginan untuk berbelanja seperti halnya iklan yang ditayangkan di televisi. Keinginan ini mendorong remaja untuk cenderung berperilaku konsumtif.

Menurut sumartono (dalam Fransisca, 2005: 176), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (need) tetapi sudah kepada faktor keinginan (want).

Diantara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya. Dahulu sebuah mobil hanya dibeli konsumen karena kemampuannya memenuhi kebutuhan akan kendaraan angkutan, namun saat ini konsumen tidak lagi membeli mobil semata-mata karena kebutuhan angkutan lagi tetapi juga untuk menunjang statusnya di masyarakat (Ferrinadewi, 2008: 3).

Maslow (dalam Ferrinadewi, 2008: 23) mengatakan bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Berdasarkan tingkat kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya yang penting, maka ia akan berusaha untuk memuaskan kebutuhan penting berikutnya. Hal ini berarti kepuasan dalam diri manusia bersifat sementara. Keinginan yang menuntut kepuasan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

3. Generasi Z

Bhakti dan Safitri (2017) menemukan bahwa generasi Z mempunyai identitas yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Bahkan *millennials* yang merupakan angkatan sebelumnya berbeda secara signifikan dengan generasi Z (Stillman, 2017). Generasi ini suka bekerja sama dalam melaksanakan pekerjaan fleksibel paham terhadap tantangan serta dimotivasi oleh pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan sesuatu permasalahan (Wiedmer, 2015).

Pratama (2012) memberikan pemahaman tentang istilah generasi Z, yang sejak saat itu banyak disebut sebagai generasi digital, generasi muda yang sangat mengandalkan teknologi. Generasi Z memiliki karakteristik yang unik. Setiap generasi penduduk yang biasanya terjadi setiap 15 sampai 18 tahun memiliki indikator demografi yang berbeda dari generasi sebelumnya dan generasi selanjutnya. Santosa (2015) menyebutkan beberapa indikator anak-anak yang termasuk dalam generasi Z:

1. Memiliki ambisius besar untuk sukses. Kepribadian Generasi Z cenderung positif dan optimis dalam menggapai mimpi.

2. Cenderung praktis dan berperilaku instan. Generasi Z suka memecahkan masalah praktis. Oleh karena itu, mereka tidak mau menghabiskan waktu lama untuk mempelajari masalah tersebut.
3. Cinta kebebasan dan memiliki percaya diri yang tinggi. Generasi ini sangat menyukai kebebasan berpendapat, kebebasan berkreasi, kebebasan berekspresi dan sebagainya.
4. Cenderung menyukai hal yang detail. Generasi ini termasuk dalam generasi yang kritis dalam pemikiran, dan detail dalam mencermati suatu permasalahan atau fenomena. Hal ini disebabkan karena mudahnya mencari informasi semudah mengklik tombol *search engine*.
5. Berkeinginan besar untuk mendapatkan pengakuan. Setiap orang pada dasarnya memiliki keinginan agar diakui atas kerja, usaha, kompetensi yang telah didedikasikannya.
6. Digital dan teknologi informasi. Generasi Z Lahir saat dunia mulai merambah dan berkembang pesat. Generasi ini sangat pandai menggunakan berbagai gadget yang ada dan menggunakan teknologi di segala aspek dan fungsi sehari-hari.

4. E-Money/Uang Elektronik

Pengertian Uang Elektronik (*electronic money*) menurut Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik pada suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana. Menurut Peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 Tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money) dan juga perubahannya yaitu pada Peraturan Bank Indonesia Nomor.

16/8/PBI/2014, Uang Elektronik harus memenuhi unsur-unsur sebagai berikut, yaitu:

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
4. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

Selain dari pada uang elektronik juga terdapat Alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu. Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 14/2/PBI/2012, (APMK) terdiri dari Kartu Kredit, Kartu Debet dan/atau Kartu ATM. Peraturan Bank Indonesia ini membuat aturan dan definisi dari Uang Elektronik (*e-money*) berbeda dari pada Alat Pembayaran Menggunakan Kartu.

Menurut Rivai (2001) uang elektronik adalah alat bayar elektronik yang diperoleh dengan menyetorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung, maupun melalui agen-agen penerbit, atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media uang elektronik tersebut. Sedangkan menurut Hidayati (2006:4) pengertian uang elektronik (*e-money*) mengacu pada definisi yang

dikeluarkan oleh *Bank for International Settlement* mendefinisikan uang elektronik sebagai *stored value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*” (produk *stored-value* atau *prepaid* dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronik yang dimiliki seseorang).

Pada Peraturan Bank Indonesia No. 16/8/PBI/2014 ini juga menjelaskan bahwa berdasarkan pencatatan data identitas Pemegang, Uang Elektronik dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu Uang Elektronik yang data identitas Pemegangnya terdaftar dan tercatat pada Penerbit (*registered*), dan Uang Elektronik yang data identitas Pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada Penerbit (*unregistered*). Beberapa fasilitas yang diberikan oleh Penerbit jenis Uang Elektronik *registered* sebagaimana pada Peraturan Bank Indonesia ini, berupa registrasi Pemegang, Pengisian Ulang (*top up*), pembayaran transaksi, pembayaran tagihan, transfer dana, Tarik Tunai, penyaluran program bantuan pemerintah kepada masyarakat, dan atau fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia. Biaya layanan yang dapat dikenakan oleh Penerbit kepada pemegang sebagaimana terdapat dalam Peraturan Bank Indonesia ini berupa biaya penggantian media Uang Elektronik untuk penggunaan pertama kali atau penggantian media Uang Elektronik yang rusak atau hilang, biaya Pengisian Ulang (*top up*) melalui pihak lain yang bekerjasama dengan Penerbit atau menggunakan *delivery channel* pihak lain, biaya Tarik Tunai melalui pihak lain yang bekerjasama dengan Penerbit atau menggunakan *delivery channel* pihak lain dan biaya administrasi untuk Uang Elektronik yang tidak digunakan dalam jangka waktu tertentu.

4. Fitur Live Streaming

Live streaming merupakan media yang dapat merekam dan menyiarkan baik suara ataupun gambar secara *real-time*, dimana transmisinya menggunakan satu atau lebih teknologi komunikasi sehingga memungkinkan penontonnya dapat merasakan bahwa mereka hadir secara langsung (C. C. Chen & Lin, 2018). Sebelumnya, live streaming hanya berfokus untuk menyiarkan video games dan esports (Hilvert-Bruce et al., 2018), namun dengan seiring berjalannya waktu *live streaming* tidak hanya menyiarkan hal yang berkaitan dengan video games tetapi juga *live streaming* sebagai alat *daring* pembelajaran *online* (Wongkitrungrueng & Assarut, 2020).

Dengan adanya *live streaming daring* Pendidikan, hal ini dapat memudahkan konsumen untuk melihat produk dari berbagai perspektif dan dapat mengajukan pertanyaan yang relevan, oleh karena hal itu membuat banyak konsumen yang senang berbelanja online melalui live streaming shopping (Z. Lu et al., 2018).

5. Literasi Digital

Dalam penelitian (Sutrisna, 2020) menjelaskan menurut Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy literasi* digital diartikan sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui *piranti computer*. *Literasi digital* seperti yang didefinisikan oleh (Rini, 2022) literasi digital memerlukan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi media digital dan memperoleh informasi tertentu. Informasi yang dihadapi individu tersebut tentu berawal dari rasa ingin tahu seseorang yang muncul sehingga berusaha mencari informasi yang sesuai. Namun demikian seseorang juga perlu memiliki kapasitas

dalam memilih informasi mana yang memang benar-benar sesuai, sehingga determinasi diri juga menentukan di sini.

Literasi digital adalah pengetahuan dan kemampuan untuk menggunakan media digital, alat komunikasi atau jaringan dalam pencarian, evaluasi, penggunaan, penciptaan dan penggunaan informasi secara sehat, bijaksana, cerdas, cermat, akurat untuk mempromosikan komunikasi dan interaksi dalam kehidupan sehari-hari. keterampilan membaca dan menulis (Dahman, 2023).

Literasi digital juga didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi untuk menemukan, menggunakan dan menyebarkan informasi dalam dunia *digital*. *Literasi digital* adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, menilai, mengatur dan mengevaluasi informasi dengan menggunakan teknologi digital. *Literasi digital* memberdayakan individu untuk berkomunikasi dengan orang lain, bekerja lebih efektif, dan peningkatan produktivitas, terutama dengan orang-orang yang memiliki keterampilan dan tingkat kemampuan yang sama (Tuna, 2021).

Seseorang yang berliterasi digital perlu mengembangkan kemampuan untuk mencari serta membangun suatu strategi dalam menggunakan search engine guna mencari informasi yang ada serta bagaimana menemukan informasi yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Gilster mengelompokkannya ke dalam empat kompetensi inti yang perlu dimiliki seseorang sehingga dapat dikatakan berliterasi digital antara lain:

1. Pencarian di Internet (*Internet Searching*) Kompetensi sebagai suatu kemampuan seseorang untuk menggunakan internet dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Kompetensi ini mencakup beberapa

komponen yakni kemampuan untuk melakukan pencarian informasi di internet dengan menggunakan search engine, serta melakukan berbagai aktivitas di dalamnya.

2. Pandu Arah *Hypertext (Hypertextual Navigation)* Kompetensi ini sebagai suatu keterampilan untuk membaca serta pemahaman secara dinamis terhadap lingkungan hypertext. Jadi seseorang dituntut untuk memahami navigasi (pandu arah) suatu hypertext dalam *web browser* yang tentunya sangat berbeda dengan teks yang dijumpai dalam buku teks. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain: Pengetahuan tentang *hypertext* dan *hyperlink* beserta cara kerjanya, Pengetahuan tentang perbedaan antara membaca buku teks dengan melakukan browsing via internet. Pengetahuan tentang cara kerja web meliputi pengetahuan tentang *bandwidth, http, html, dan url*, serta kemampuan memahami karakteristik.
3. Evaluasi Konten Informasi (*Content Evaluation*) Kompetensi ini sebagai kemampuan seseorang untuk berpikir kritis dan memberikan penilaian terhadap apa yang ditemukan secara online disertai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi keabsahan dan kelengkapan informasi yang direferensikan oleh *link hypertext*. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain: Kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi yakni persepsi pengguna dalam memahami tampilan suatu halaman web yang dikunjungi, Kemampuan menganalisa latar belakang informasi yang ada di internet yakni kesadaran untuk menelusuri lebih jauh mengenai sumber dan pembuat informasi, Kemampuan mengevaluasi suatu alamat web dengan cara memahami macam-macam domain untuk setiap

lembaga ataupun negara tertentu, Kemampuan menganalisa suatu halaman web, serta pengetahuan tentang FAQ dalam suatu *newsgroup/grup* diskusi.

4. Penyusunan Pengetahuan (*Knowledge Assembly*) Kompetensi ini sebagai suatu kemampuan untuk menyusun pengetahuan, membangun suatu kumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan kemampuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi fakta dan opini dengan baik serta tanpa prasangka. Hal ini dilakukan untuk kepentingan tertentu baik pendidikan maupun pekerjaan (Noer, 2022).

6. Pendapatan

Menurut pelopor ilmu ekonomi klasik, Adam Smith dan David Ricardo, distribusi pendapatan digolongkan dalam tiga kelas sosial yang utama: pekerja, pemilik modal dan tuan tanah. Ketiganya menentukan 3 faktor produksi, yaitu tenaga kerja, modal dan tanah. Penghasilan yang diterima setiap faktor dianggap sebagai pendapatan masing-masing keluarga terlatih terhadap pendapatan nasional. Teori mereka meramalkan bahwa begitu masyarakat makin maju, para tuan tanah akan relatif lebih baik keadaannya dan para kapitalis (pemilik modal) menjadi relatif lebih buruk keadannya

Konsep Pendapatan dalam Ekonomi Makro biasanya diwujudkan dalam bentuk *Gross National Produk* (GNP) atau dalam bentuk pendapatan perkapita (*Income Perkapita*), yang dimana menjadi tolak ukur tingkat keberhasilan dan kesejahteraan perekonomian suatu daerah atau suatu negara. Menyadari hal tersebut sehingga sangat penting untuk meningkatkan pendapatan masyarakat demi mencapai tingkat kesejahteraan yang maksimal.

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga pada sektor pemerintah dan swasta (Nazir, 2010,17) .

Menurut Jhingan, pendapatan adalah penghasilan berupa uang selama periode tertentu. Maka dari itu, pendapatan dapat diartikan sebagai semua penghasilan atau menyebabkan bertambahnya kemampuan seseorang, baik yang digunakan untuk konsumsi maupun untuk tabungan. Dengan pendapatan tersebut digunakan untuk keperluan hidup dan untuk mencapai kepuasan.

Menurut Mankiw mengemukakan bahwa pendapatan perorangan (personalIncome) adalah pendapatan yang diterima oleh rumah tangga dan usaha yang bukan perusahaan. Pendapatan perorangan juga mengurangi pajak pendapatan perusahaan dan kontribusi pada tunjangan sosial. Sebagai tambahan, pendapatan perorangan ikut menghitung pendapatan bunga yang diterima rumah tangga yang berasal dari kepemilikan atas utang negara dan juga pendapatan yang diterima rumah tangga dari program transfer pemerintah sebagai tunjangan sosial

7. Gender (Jenis Kelamin)

Pengertian *gender* menurut Muhtar (2002), bahwa gender dapat diartikan sebagai jenis kelamin sosial atau konotasi masyarakat untuk menentukan peran sosial berdasarkan jenis kelamin. Sementara Fakih (2008: 8) mendefinisikan gender sebagai suatu sifat yang melekat pada kaum laki-laki maupun perempuan yang dikonstruksi secara sosial dan kultural. Istilah gender dibedakan dari istilah *seks*. *Oakley*, ahli sosiologi Inggris, merupakan orang yang mula-mula memberikan pembedaan dua istilah itu (Saptari dan Halzner, 1997: 88).

Istilah *gender* merujuk kepada perbedaan karakter laki-laki dan perempuan berdasarkan konstruksi sosial budaya, yang berkaitan dengan sifat, status, posisi, dan perannya dalam masyarakat. Istilah Seks merujuk kepada perbedaan jenis kelamin laki-laki dan perempuan secara biologis terutama yang berkaitan dengan prokreasi dan reproduksi. Laki-laki dicirikan dengan adanya sperma dan penis serta perempuan dicirikan dengan adanya sel telur, rahim, vagina, dan payudara. Ciri jenis kelamin secara biologis tersebut bersifat bawaan, permanen, dan tidak dapat dipertukarkan (Abdullah, 2004 : 11).

Selanjutnya, yang dimaksud dengan *gender* adalah cara pandang atau persepsi manusia terhadap perempuan atau laki-laki yang bukan didasarkan pada perbedaan jenis kelamin secara kodrati biologis. *Gender* dalam segala aspek kehidupan manusia mengkreasikan perbedaan antara perempuan dan laki-laki termasuk kreasi sosial kedudukan perempuan yang lebih rendah dari pada laki-laki. Misalnya, bahwa perempuan itu dikenal lemah lembut, cantik, emosional, atau keibuan. Sementara laki-laki dianggap kuat, rasional, jantan, perkasa. Ciri dari sifat itu sendiri merupakan sifat-sifat yang dapat dipertukarkan. Artinya ada laki-laki yang emosional, lemah lembut, keibuan, sementara juga ada perempuan yang kuat, rasional dan perkasa (Hadiati, 2010 : 15).

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu sebelum penelitian ini dibuat antara lain:

Tabel 2. 1 : Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Tahun	Judul	Variable X	Variable Y	Hasil Penelitian	Metode Analisis
1	Milatul Karimah (2023)	Pengaruh Penggunaan <i>E- Money</i> , Fitur <i>Live Streaming</i> , dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelanjaan Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIWARA	1. <i>e- money</i> 2. fitur <i>live streamin g</i> 3.literasi digital	Perilaku konsumtif	Menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara parsial ketiga variabel independen terhadap perilaku konsumtif (variabel dependen).	Kuantitatif
2.	Novita Sari (2022)	Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online pada Gen-Z di Universitas PGRI Madiun	Literasi Digital	Perilaku Belanja Online	Dapat disimpulkan penelitian ini variabel literasi digital berpengaruh terhadap perilaku belanja online.	Kuantitatif
3.	Nafisah Asnal Muna(2023)	Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z	Digitalisa si Ekonomi	Gaya Hidup Generasi Z	Hasil data yang penulis dapatkan dari wawancara mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid memberikan hasil bahwa ada pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa.	Kualitatif
4.	Dwi Rorin Mauludin Insana(2020)	Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif	Pengguna uang elektroni k	Perilaku konsumtif	Bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan	Kuantitatif

		Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI			Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI	
5.	Gracela N. Luas (2023)	Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Konsep diri	Perilaku konsumtif	Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara konsep diri dan perilaku konsumtif terdapat pengaruh yang signifikan antara konsep diri terhadap perilaku konsumtif.	Kuantitatif
6.	Sefiya Nur Farichin (2022)	Pengaruh Digitalisasi Dalam Bidang <i>E-Commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel	Digitalisasi	Perilaku konsumtif	Bahwa perilaku konsumtif mahasiswa terhadap pembelian barang secara online melalui <i>e-commerce</i> terjadi akibat karena, banyaknya penawaran yang dirasa menguntungkan yang ditawarkan oleh perusahaan <i>e-commerce</i> dan lama-kelamaan menyebabkan ketagihan sehingga menimbulkan perilaku yang konsumtif.	Kualitatif
7.	Dina Febriani (2021)	Hubungan Antara Intensi Penggunaan Media Sosial Tiktok Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Yogyakarta	Pengguna Media Sosial Tiktok	Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa intensi penggunaan media sosial tiktok dengan kecenderungan perilaku konsumtif terdapat hubungan yang bersifat positif. Sehingga semakin tinggi intensi penggunaan media sosial tiktok, maka semakin	Kuantitatif

					tinggi kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa, begitupun sebaliknya jika semakin rendah intensi penggunaan media sosial tiktok, maka semakin rendah pula kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa.	
8.	Muhamad Nur Fani Abdullah (2022)	Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif	1. Gaya Hidup 2. Media Sosial	Perilaku Konsumtif	Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI	Kuantitatif
9.	Mitron Bayu Ismawan(2023)	Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Online Shop	1. Media Sosial 2. Literasi Ekonomi	Perilaku Konsumtif	Penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel media sosial (X1) tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif (Y), namun untuk variabel literasi ekonomi (X2) mempengaruhi variabel perilaku konsumtif (Y). Kemudian variabel media sosial (X1) dan literasi ekonomi (X2) mempengaruhi secara simultan dan bersama-sama pada variabel perilaku konsumtif (Y), dan nilai R Square	Kuantitatif

					menunjukkan bahwa pengaruh secara bersamaan X1 dan X2 sebesar 10,5% terhadap variabel Y	
10	Cinda Nurulita Mitkel (2022)	Pengaruh <i>Buy Now Pay Later</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z Pengguna <i>Shopee Pay Later</i> di Kota Bandung	Pengaruh <i>Buy Now Pay Later</i>	Perilaku Konsumtif	Semakin sering mahasiswa generasi Z menggunakan <i>Shopee Pay Later</i> dapat mempengaruhi hasrat keinginan untuk memiliki barang atau produk tersebut sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.	Pendekatan Kuantitatif dengan metode deskriptif statistic

C. Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ada namanya kerangka konseptual. Kerangka konseptual adalah hubungan timbal balik antara satu variabel dengan variabel lainnya secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini untuk mengetahui Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB)

1. Hubungan *E-Money* Terhadap Perilaku konsumtif

Jika ditelaah lagi, sebenarnya perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Dalam hal ini perilaku belanja yang tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. (Muhammad Sofyan, 2015)

Di era digital ini, peranan dari *e-money* sendiri telah mempengaruhi perilaku konsumtif yang terjadi di masyarakat, *e-money* adalah alat pembayaran yang

memenuhi unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu, nilai uang disimpan secara elektronik menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ike Nia Yuliana,2022).

Beberapa penelitian telah menyebutkan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jika penggunaan uang elektronik semakin tinggi, maka konsumsi terhadap barang dan jasa juga akan meningkat secara signifikan (Candraditya, 2013).

2. Hubungan *Literasi Digital* Terhadap Perilaku Konsumtif

Di era Digital saat ini, perubahan teknologi semakin cepat. Terjadinya adanya perubahan perilaku masyarakat cenderung berhubungan dengan teknologi. Manusia mudah dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk saling berkomunikasi maupun mendapat informasi. Dengan menggunakan alat dan perangkat teknologi saat ini, data informasi akan lebih bertumbuh dan menjadi asset yang berperan dalam peradapan masyarakat modern penggunaan alat teknoligi informasi yang semakin berkembang memicu perilaku konsumtif pada Masyarakat di Indonesia (Waldo Dwi Putra, 2021).

Penggunaan *literasi digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif menurut peneleitian yang dilakukan oleh (Oktavia Nuratika, 2022). Kemajuan teknologi dan penggunaan teknoligi meningkatkan konsumsi pada Masyarakat sehingga Masyarakat menimbulkan perilaku konsumtif.

Penggunaan *Literasi Digital* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat

diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional tidak berdasarkan kebutuhan (M. Gunawan, 2019).

3. Hubungan *Live Streaming* Terhadap Perilaku Konsumtif

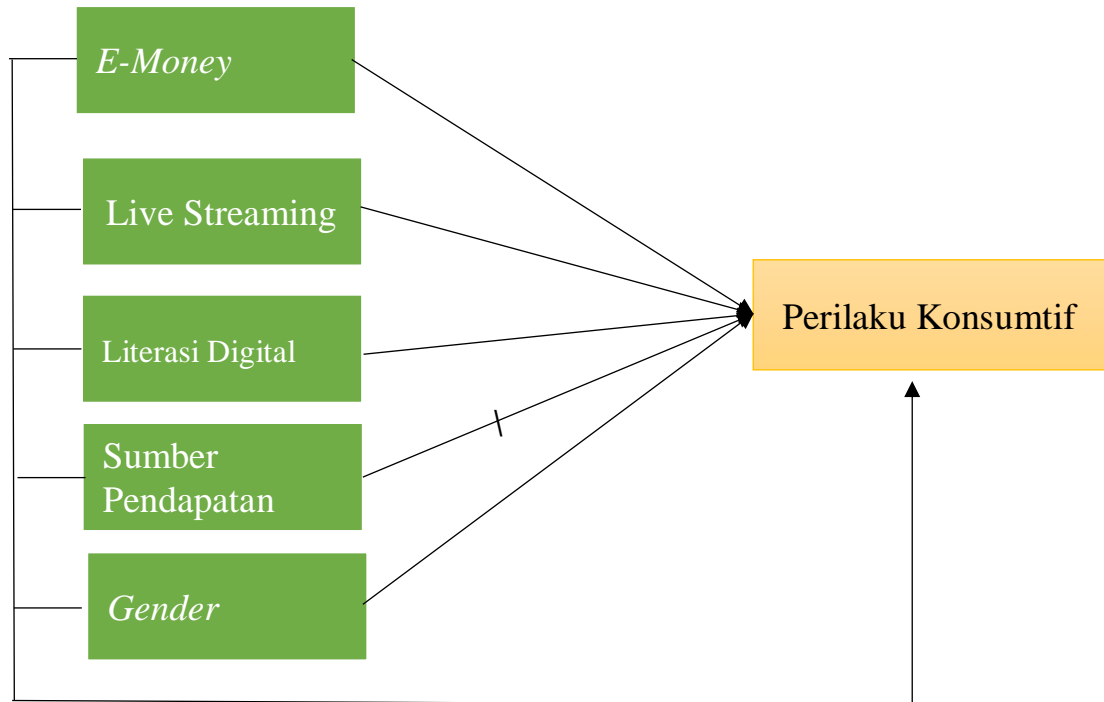
Penggunaan *Fitur Live Streaming* dalam proses pembelajaran yang menggunakan media teknologi informasi dan jaringan internet untuk melakukan pembelajaran secara *Virtual* Pada mahasiswa UNIWARA dapat meningkatkan perilaku konsumtif secara signifikan (Wiwin Hartanto : 2016).

Multimedia merupakan suatu penggabungan dari beberapa media dalam menyampaikan informasi berupa teks, gambar, video dan audio (Dwi Priyanto : 2009). Kemajuan teknologi yang semakin canggih dalam melakukan penjualan barang melalui aplikasi *Fitur Live Streaming* meningkatkan produktivitas pada toko penjualan Batik pekalongan sehingga banyaknya pelaku usaha beralih kepada penjualan online dengan aplikasi *Fitur Live Streaming* banyaknya pelaku usaha yang beralih pada penjualan online tanpa disadari Masyarakat mulai berperilaku konsumtif, penggunaan *Fitur Live Streaming* membawa dampak positif bagi pelaku usaha batik pekalongan (Bambang Eka Purnama : 2012).

Penggunaan *live streaming* semakin meningkat pada masa kini memberikan kontribusi tinggi pada sektor pendidikan, berbagai macam aplikasi pendukung dalam pembelajaran sehingga hal tersebut memicu meningkatkan perilaku konsumtif di masyarakat. Tidak hanya pada sektor pendidikan dalam dunia kerja juga memberikan kontribusi tinggi dalam penyampaian *meeting* dan sebagainya sehingga meningkatkan perilaku konsumtif (M Agus, 2021)

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan, maka pada bagian ini akan diuraikan kerangka konseptual yang dijadikan penulis sebagai landasan untuk

kedepannya. Landasan yang di maksud akan lebih mengarahkan penulis untuk menemukan data dan informasi yang diperlukan. Adapun kerangka koseptual yang dimaksud, adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1: Kerangka Konseptual (Regresi Linear Berganda)

D. Hipotesis

Teori empirik yang dikemukakan oleh (Umar, 2008) sebagai berikut : Hipotesis adalah suatu proposisi, kondisi atau prinsip untuk sementara waktu dianggap benar dan barang kali tanpa keyakinan supaya bisa ditarik suatu konsekuensi logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian tentang kebenarannya dengan menggunakan data empiris hasil penelitian.

Hipotesis Regresi Linear Berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan *E-money* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi.

2. Penggunaan *Fitur Live Streaming* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?
3. *Literasi Digital* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
4. Sumber Pendapatan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
5. *Gender* Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi ?
6. Penggunaan *E-money, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan, dan Gender* berpengaruh secara simultan Terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi, Universitas Pembangunan Panca Budi ?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian asosiatif/kuantitatif. Menurut (Rusiadi, 2013): Penelitian asosiatif/kuantitatif ialah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan dan pola/bentuk pengaruh antar dua variabel atau lebih, dimana dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dalam mendukung analisis kuantitatif digunakan model Regresi Linear Berganda, dimana model ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh variabel yang diteliti. Serta melihat keterkaitan antara variabel independent dan variabel dependent yang menyebar secara panel di Indonesia.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian adalah tempat dimana penulis melaksanakan penelitian dalam memperoleh informasi mengenai data yang di perlukan. Penelitian ini dilakukan terhadap Generasi Z Mahasiswa Prodi Ekonomi UNPAB Kota Medan.. Rincian atas waktu penelitian yang direncanakan mulai Jul 2023 sampai dengan November 2023 dengan rincian waktu sebagai berikut :

Tabel 3. 1 : Skedul Proses Penelitian

No	Aktivitas	Bulan/Tahun				
		Sept 2023	Okt 2023	Nov 2022	Des 2023	Jan 2024
1	Riset awal/Pengajuan Judul	■				
2	Penyusunan Proposal		■			
3	Seminar Proposal			■		
4	Perbaikan Acc Proposal			■		
5	Pengolahan Data			■		
6	Penyusunan Skripsi				■	
7	Bimbingan Skripsi				■	
8	Seminar Hasil				■	
9	Meja Hijau				■	

C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Berdasarkan pada masalah dan hipotesis yang akan diuji, maka variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2: Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional	Skala
<i>E-money</i> (X1)	Kemudahan penggunaan uang elektronik	Likert
Fitur <i>Live Streaming</i> (X2)	Konten video sekaligus audio yang dibuat (direkam) secara langsung (<i>real time</i>) menggunakan saluran internet	Likert
Literasi Digital(X3)	Pengetahuan serta kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital, seperti alat komunikasi, jaringan internet dan lain sebagainya	Likert
Perilaku Konsumtif(Y)	Tindakan individu sebagai konsumen untuk membeli, menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tidak rasional, menimbulkan pemborosan dan hanya mengutamakan keinginan atau kesenangan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat dari barang atau jasa tersebut, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial, mengikuti mode atau kepuasan pribadi.	Likert

Pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah dengan Menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator kemudian , indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan Sugiyono (2016).

Menurut Sugiyono (2016) “ jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata kemudian diberi skor.

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
1	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2016)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Arikunjto, 2002), Mahasiswa Generasi Z pada Prodi Ekonomi UNPAB Kota Medan.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunjto, 2002). Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi.

Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z pada Prodi Ekonomi UNPAB Kota Medan 80 Mahasiswa. Karena responden tidak lebih dari 100 orang maka

semua responden diambil dalam penelitian yakni sebanyak 80 Mahasiswa.

3. Teknik Penarikan Sampling

Menurut (Supardi, 1993), teknik pengambilan dan penarikan sampel atau teknik sampling merupakan suatu cara atau teknik yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampling secara *probability sampling (random sampel)* yaitu teknik pengambilan *sampel* secara acak. *Probability sampling* merupakan jenis dalam teknik pengambilan *sampel* yang melakukan pengambilan sampelnya dengan *random* atau acak. Metode ini memberikan seluruh anggota populasi kemungkinan (*probability*) atau kesempatan yang sama untuk menjadi sampel terpilih. Teknik jenis ini sesuai digunakan untuk populasi yang besaran anggotanya dapat kita tentukan terlebih dahulu. Metode ini menggunakan analisis statistik untuk membantu penentuan sampel terpilihnya. Penelitian ini menggunakan jenis pengambilan sampel acak berdasar area atau wilayah (*Cluster Random Sampling*). Teknik pengambilan sampel ini menentukan sampel berdasar kelompok wilayah dari anggota populasi penelitian. Pada teknik ini subyek penelitian akan dikelompokkan menurut area atau tempat domisili anggota populasi.

Tujuannya antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda di dalam suatu wilayah tertentu. Penelitian ini ingin mengetahui Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Pembangunan Ekonomi UNPAB).

E. Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah Data primer data yang belum pernah dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan data secara langsung melalui kuisoner pada Mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi UNPAB.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang sistematis dan objektif untuk memperoleh atau mengumpulkan keterangan- keterangan yang bersifat lisan maupun tulisan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu cara mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada responden dalam hal ini kepada pemilik.
2. Studi dokumen yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian baik didapat dari buku – buku dan hasil – hasil seminar yang mempunyai korelasi yang sama dengan penelitian ini.
3. Kuesioner (Angket), Menurut Sugiyono (2016, p.142) yaitu metode pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden di CV.

G. Teknik Analisis Data

Menurut (Moleong, 2004), Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan tempat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda adalah sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

Sebelum menganalisis dan mengevaluasi data, terlebih dahulu data tersebut di uji dengan :

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas ini akan menghasilkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang kita yakini dalam pengukuran (Sugiyono, 2016). Pengujian validitas tiap butir pertanyaan digunakan analisis atas pernyataan, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pertanyaan valid atau tidak, dengan membandingkan dengan r -kritis = 0,30 (Sugiyono, 2016). Berdasarkan hasil kuisisioner, maka untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel maka diperlukan uji validitas ini.

b. Uji Realibilitas (Kehandalan)

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal,

jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu tidak boleh acak. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuisisioner reliabel atau tidak dengan menggunakan *Cronbach Alpha* (α) lebih besar ($>$) dari 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 (Sugiyono, 2016).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui kelayakan model regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar layak digunakan atau tidak. Uji Asumsi Klasik tersebut antara lain :

a. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi datanya terdistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik jika distribusi datanya mengikuti distribusi normal atau mendekati normal, caranya adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal dan biasanya berbentuk simetris. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal maka digunakan pengujian *Kolmogorov- Smirnov Goodness of Fit Test* terhadap masing-masing variabel. Hipotesis dalam pengujian ini yaitu:

$H_0 : F(x) = F_0(x)$, dengan $F(x)$ adalah fungsi distribusi populasi yang diwakili oleh sampel dan $F_0(x)$ adalah fungsi distribusi suatu populasi berdistribusi normal.

$H_1 : F(x) \neq F_0(x)$ atau distribusi populasi tidak normal. Pengambilan keputusan.

Jika Probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima Jika Probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghojali (2016) uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variabel bebas. Uji multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (tolerance value) dan nilai variance inflation factor (VIF) dengan nilai yang di isyaratkan. Nilai yang di isyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01 dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedstisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka di sebut homokesdatisitas. Jika nilai probabilitas > nilai alphanya (0,05) atau terdapat pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedstisitas. Model yang baik tidak akan terjadi heteroskedstisitas.

3. Regresi Linier Berganda

Untuk menjawab hipotesis kedua, digunakan metode Regresi linier berganda, dengan persamaan:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Dimana:

a	= Konstanta
Y	= Perilaku Konsumtif
X1	= <i>E-Money</i>
X2	= <i>Fitur Live Streaming</i>
X3	= <i>Litrerisasi Digital</i>
X4	= Sumber Pendapatan
X5	= <i>Gender</i>

B_1 B_2 B_3 = *Koefisien*
 Regresi e = *error term*

4. Uji Keesuain/Pengajuan Hipotesis

Uji Keesuain dan pengajuan Hipotesis adalah sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji-T)

Pengujian hipotesis dari koefisien dari masing-masing peubah bebas dilakukan dengan uji t. Langkah – langkah analisis dalam pengujian hipotesis terhadap koefisien regresi adalah:

1. Perumusan hipotesis

$$H_0 : a_i = 0$$

$$H_1 : a_i < 0 \text{ atau } a_i > 0$$

2. Penentuan nilai kritis Nilai kritis dapat ditentukan dengan menggunakan tabel distribusi normal dengan memperhatikan tingkat signifikansi (α) dan banyaknya sampel yang digunakan.
3. Nilai t – hitung masing – masing koefisien regresi dapat diketahui dari hasil perhitungan komputer.

Statistik uji yang digunakan dalam uji – t adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{a_i}{S(a_i)}$$

Dimana:

a_i = nilai koefisien regresi atau parameter

$S(a_i)$ = standar kesalahan dugaan parameter Kriteria uji:

$t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$: terima H_0

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$: tolak H_0

4. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan letak nilai t – hitung masing – masing koefisien regresi pada kurva normal yang digunakan dalam penentuan nilai kritis. Jika letak t – hitung suatu koefisien regresi berada pada daerah penerimaan H_0 , maka keputusannya adalah menerima H_0 . Artinya koefisien regresi tersebut tidak berbeda dengan nol. Dengan kata lain, variabel tersebut tidak berpengaruh nyata terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya jika t hitung menyatakan tolak H_0 maka koefisien regresi berbeda dengan nol dan berpengaruh nyata terhadap variabel dependen.

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji – F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai kritis F dengan nilai F – hitung yang terdapat pada hasil analisis.

Langkah-langkah analisis dalam pengujian hipotesis terhadap variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi nilai variabel independen adalah sebagai berikut: Perumusan Hipotesis

H_0 = variasi perubahan nilai variabel independen tidak dapat menjelaskan variasi perubahan nilai variabel dependen.

H_1 = variasi perubahan nilai variabel independen dapat menjelaskan variasi perubahan nilai variabel dependen. Perhitungan nilai kritis F-tabel dan F-hitung

$$F_{hitung} = \frac{\text{Jumlah Kuadrat Regresi}/k}{\text{Jumlah Kuadrat sisa}/(n-k-1)}$$

Dimana:

n = jumlah pengamatan ($j = 1, 2, 3, \dots, n$)

k = jumlah peubah bebas ($i = 1, 2, 3, \dots, k$)

Penentuan penerimaan atau penolakan H_0

$F_{hitung} < F_{tabel}$: terima H_0

$F_{hitung} > F_{tabel}$: tolak H_0

Apabila keputusan yang diperoleh adalah tolak H_0 maka dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan nilai variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi perubahan nilai semua variabel independen. Artinya, semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji-D (*Determinan*)

Uji-D (Determinan) adalah proporsi variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. nilai R^2 menyatakan kemampuan variabel penjelas dalam menjelaskan keragaman variabel endogen yang diteliti. koefisien

determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{RSS}{TSS}$$

Keterangan:

RSS = jumlah kuadrat regresi (*residual sum of square*)

TSS = jumlah kuadrat total (*total sum of square*)

Nilai R^2 mempunyai interval dari 0 sampai 1. Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka semakin baik hasil model regresi tersebut. dan sebaliknya semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Irianto, 2004:206).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Universitas Pembangunan Panca Budi

Sejarah Universitas Pembangunan Panca Budi dimulai pada tahun 1956 dengan didirikannya Sekolah Tinggi Metafisika oleh Yayasan Prof. Dr. H. Kadirun Yahya pada tanggal 27 Nopember 1956 berdasarkan Akte Notaris No. 97 tahun 1956. Sekolah Tinggi tersebut kemudian terdaftar di Departemen Perguruan Tinggi dan Ilmu Pengetahuan dengan nomor 85/B-SWT/P/64 pada tanggal 13 Juli 1964 dengan memiliki 3 fakultas yaitu Fakultas Hukum dan Filsafat, Fakultas Ekonomi, dan Fakultas Ilmu Kerohanian dan Metafisika. Pada tanggal 19 Desember 1961, Sekolah Tinggi Metafisika yang didirikan oleh Yayasan Prof. Dr. H. Kadirun Yahya berubah menjadi Universitas Pembangunan Panca Budi (Unpab) dimana tanggal tersebut secara resmi ditetapkan sebagai tanggal berdirinya Universitas Pembangunan Panca Budi.

Perkembangan selanjutnya terjadi pada tahun 1977 dengan didirikannya Fakultas Pertanian dan pada tahun 1978 dengan didirikannya Fakultas Arsitektur Pertamanan (Lansekap). Kedua fakultas tersebut kemudian terdaftar di Departemen Pendidikan dan Kebudayaan dengan nomor 0305/0/1981 pada tanggal 24 Oktober 1981. Lalu pada tahun 1985 didirikan pula Fakultas Teknik yang kemudian terdaftar di Departemen Pendidikan dan Kebudayaan berdasarkan Surat Keputusan Menteri No. 0114/0/1989 tanggal 1 Maret 1989. Pada tahun 1985 itu juga didirikan Fakultas Tarbiyah.

Selain fakultas-fakultas yang menaungi program studi pada tingkatan sarjana strata 1 dan diploma 3, Universitas Pembangunan Panca Budi juga mempunyai program pascasarjana. Program pascasarjana tersebut menaungi 2 program studi, yaitu Program Magister Ilmu Hukum yang berdiri tahun 2010 dan Program Magister Manajemen yang berdiri tahun 2014.

a. Visi dan Misi Universitas Pembangunan Panca Budi

Yayasan Prof. Dr. H. Kadirun Yahya mendirikan Universitas Pembangunan Panca Budi dengan maksud:

1. Mengembangkan pendidikan dan pengajaran secara modern, baik pendidikan umum maupun pendidikan Agama Islam.
2. Mengembangkan ajaran Agama Islam berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist.
3. Terbinanya insan yang berpengetahuan tinggi baik duniawi maupun ukhrawi dalam suasana lingkungan yang sehat dan lestari.

Berangkat dari maksud tersebut maka dirumuskan lah visi, misi, dan nilai-nilai universitas yang menjadi arahan bagi bagi pimpinan, karyawan, dan segenap sivitas akademika dalam mengelola universitas. Adapun misi dari Universitas Pembangunan Panca Budi adalah, "Menjadi perguruan tinggi swasta yang terkemuka berbasis religius dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bermanfaat bagi kemaslahatan umat". Visi universitas tersebut kemudiandijabarkan dalam misi universitas sebagai berikut:

1. Melaksanakan pengabdian sesuai dengan piagam Panca Budi, mengabdikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Negara, nusa, bangsa dan dunia.
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi berdasarkan Al-Quran dan Hadist, mencerdaskan kehidupan bangsa dengan menggali sumber-

sumber ilmu yang berfaedah dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta iman dan taqwa.

3. Melaksanakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian untuk bangsadan Negara Republik Indonesia yang mutunya dapat bersaing secara nasional dan international dalam fitrah pengabdian terhadap Allah SWT.
4. Mendorong fungsi kekhilafahan dalam mewujudkan kebahagiaan kehidupan manusia dalam dimensi dunia dan akhirat.
5. Melestarikan sumberdaya alam dan lingkungan serta kehidupan sesuai dengan syariat islam.

Upaya untuk mencapai visi dan misi universitas tersebut dilaksanakan dengan memperhatikan nilai-nilai universitas yang berupa:

1. Menjaga kemurnian akidah tauhid dan melaksanakan syariat (sholat, dzikir, dll).
2. Bersyukur, bersuka cita, dan tidak mengeluh.
3. Rendah hati, sederhana, apa adanya, memaafkan, tidak tersinggung, dan tidak marah.
4. Berfikir positif, berprasangka baik, dan tidak bergunjing.
5. Berbuat baik, mengubah dan menjadi inspirasi.
6. Berempati dan memberikan solusi, bukan mengkritik atau mencela.
7. Patuh terhadap pemimpin dan peraturan.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian sampel yang digunakan berjumlah 80 responden yaitu Mahasiswa Generasi Z Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan, untuk mengetahui tanggapan responden maka kuisisioner yang

disebarkan terkait penelitian Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB) diperoleh karakteristik responden berdasarkan kuesioner yang disebar adalah :

Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	19	13	16.3	16.3	16.3
	20	10	12.5	12.5	28.7
	21	14	17.5	17.5	46.3
	22	31	38.8	38.8	85.0
	23	12	15.0	15.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas maka dapat diketahui Generasi Z yang paling mendominasi dalam penelitian yaitu pada Usia 22 Tahun sebanyak 31 orang atau 38.8% dari sampel penelitian, selanjutnya yaitu pada usia 21 Tahun sebanyak 14 orang atau 17.5% dari sampel penelitian, Usia 19 Tahun sebanyak 13 orang atau 16.3%, usia 23 Tahun sebanyak 12 orang atau 15.00%, dan Usia dengan sampel terendah yaitu pada usia 20 Tahun sebanyak 10 orang atau 12.5% dari sampel penelitian pada usia Generasi Z Pada Program studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Panca Budi.

Tabel 4.2: Karakteristik Reseponden Berdasarkan Status Mahasiswa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Aktif	80	100.0	100.0	100.0

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas dapat diketahui berdasarkan status mahasiswa. Sebanyak 80 orang atau 100.00% dari sampel penelitian adalah mahasiswa aktif.

3. Uji Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini responden memberikan jawaban-jawaban atas kuesioner sebanyak 12 pernyataan yang diberikan penulis terkait dengan judul penelitian. Dengan penyebaran angket dari butir-butir pertanyaan yang diberikan berdasarkan variabel harus diisi oleh responden berjumlah 80 mahasiswa Generasi Z pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Pembangunan Panca Budi. Disediakan jawaban angket dalam 5 alternatif jawaban yaitu:

- b. Sangat Setuju (SS) : diberi skor 5
- c. Setuju (S) : diberi skor 4
- d. Netral (NT) : diberi skor 3
- e. Tidak Setuju (TS) : diberi skor 2
- f. Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi skor 1

Dengan jawaban-jawaban dari responden tersebut dapat dideskripsikan sebagai berikut:

a. Variabel *E-Money* (X1)

Tabel 4.3: Penilaian Responden Terhadap Variabel *E-Money* (X1)

No. Pernyataan	SS		S		NT		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1			38	47.5	42	52.5					80	100
X1.2	12	15.0	43	53.8	25	31.3					80	100
X1.3	33	41.3	42	52.5	5	6.3					80	100
X1.4	42	52.5	37	46.3	1	1.3					80	100
X1.5			27	33.8	50	62.5	3	3.8			80	100
X1.6	30	37.5	38	47.5	12	15.0					80	100
X1.7	32	40.0	48	60.0							80	100

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Jawaban Sistem kerja *e-money* mudah saya mengerti, yang menjawab setuju sebanyak 38 orang atau 47.5% dan menjawab Netral sebanyak 42 orang atau 52.5% dari sampel penelitian.
2. Jawaban Fasilitas pada *e-money* sangat mudah dipelajari melalui handphone, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 12 orang atau 15.0%, Setuju 43 orang atau 53.8% dan Netral sebanyak 25 orang atau 31.3% dari sampel penelitian.
3. Jawaban Penggunaan *e-money* sangat fleksibel, yang menjawab Sangat Setuju 33 orang atau 41.3%, yang menjawab Setuju 42 Orang atau 52.5% dan menjawab Netral sebanyak 5 orang atau 6.3% dari sampel penelitian
4. Jawaban Cara mengisi saldo *e-money* sangat mudah, yang menjawab Sangat Setuju Sebanyak 42 orang atau 52.5%, Setuju sebanyak 37 orang atau 46.3%, dan yang menjawab Netral sebanyak 1 orang atau 1.3% dari sampel penelitian.
5. Jawaban Dengan menggunakan *e-money* dapat mengontrol pekerjaan saya, yang menjawab Setuju sebanyak 27 orang atau 33.8%, Netral sebanyak 50 orang atau 62,5% dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 3 orang atau 3.8% dari sampel penelitian.
6. Jawaban *E-money* sangat mudah digunakan dalam melakukan transaksi, yang menjawab Sangat Setuju Sebanyak 30 orang atau 37.5%, Setuju sebanyak 38 orang atau 47.5%, dan yang menjawab Netral sebanyak 12 orang atau 15.0% dari sampel penelitian.

7. Jawaban *E-money* mudah dibawa kemana saja, yang menjawab Sangat Setuju Sebanyak 32 orang atau 40.0%, dan yang menjawab Setuju sebanyak 48 orang atau 60.0%, dari sampel penelitian.

b. Variabel *Fitur Live Streaming* (X2)

Tabel 4.4: Penilaian Responden Terhadap Variabel *Fitur Live Streaming* (X2)

No. Pernyataan	SS		S		NT		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1			33	41.3	47	58.8					80	100
X2.2	50	62.5	29	36.3	1	1.3					80	100
X2.3	35	43.8	44	55.0	1	1.3					80	100
X2.4	27	33.8	49	61.3							80	100
X2.5	22	27.5	37	46.3	21	26.3					80	100
X2.6	30	37.5	33	41.3	17	21.3					80	100

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Jawaban Saya pernah mengikuti live streaming, yang menjawab Setuju sebanyak 33 orang atau 41.3% dan yang menjawab Netral Sebanyak 47 orang atau 58.8% dari sampel penelitian
2. Jawaban Saya senang membeli produk di waktu promosi tertentu seperti 6.6 , 7.7, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 50 orang atau 62.5%, Setuju Sebanyak 29 orang atau 36.3% dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang atau 1.3% dari sampel penelitian.
3. Jawaban Saya pernah belanja saat live streaming karena banyak bonus dan diskon, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 35 orang atau 43.8%, Setuju Sebanyak 44 orang atau 50.0% dan yang menjawab netral sebanyak 1 orang atau 1.3% dari sampel penelitian.

4. Jawaban Saya pernah membeli barang secara live streaming dan mendapatkan cashback, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 27 orang atau 33.8%, dan yang menjawab Setuju Sebanyak 49 orang atau 61.3% dari sampel penelitian.
5. Jawaban Saya pernah belanja di live streaming karena deskripsi produk sesuai dengan barang aslinya, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 22 orang atau 27.5%, Setuju Sebanyak 37 orang atau 46.3% dan yang menjawab netral sebanyak 21 orang atau 26.3% dari sampel penelitian.
6. Jawaban Saya suka belanja di live streaming karena bisa melihat barang secara virtual yang di coba langsung oleh model, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 30 orang atau 37.5%, Setuju Sebanyak 33 orang atau 41.3% dan yang menjawab netral sebanyak 17 orang atau 21.3% dari sampel penelitian.

c. Variabel *Literasi Digital* (X3)

Tabel 4.5: Penilaian Responden Terhadap Variabel *Literasi Digital* (X3)

No. Pernyataan	SS		S		NT		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	6	7.5	43	53.8	31	38.8					80	100
X3.2	35	43.8	45	56.3							80	100
X3.3	2	2.5	20	25.0	51	63.7	7	8.8			80	100
X3.4	26	32.5	39	48.8	15	18.8					80	100
X3.5	8	10.0	54	67.5	18	22.5					80	100

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Jawaban Saya mampu menggunakan komputer dan memanfaatkan internet dengan baik, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 Orang atau 7.5%, Setuju sebanyak 43 orang atau 53.8% dan yang menjawab Netral sebanyak

- 31 orang atau 38.8% dari sampel penelitian.
2. Jawaban Saya pernah melakukan diskusi di ruang digital yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 35 orang atau 34.8%, dan yang menjawab Setuju sebanyak 45 orang atau 55.3 dari sampel penelitian.
 3. Jawaban Saya mampu berkolaborasi di dunia digital yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 2 orang atau 2.5%, Setuju sebanyak 20 orang atau 25.0% dan yang menjawab Netral sebanyak 51 orang atau 63.7%, dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 7 orang atau 8.8% dari sampel penelitian.
 4. Saya sering berkomunikasi melalui media digital yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 26 Orang atau 32.5%, Setuju sebanyak 39 orang atau 48.8% dan yang menjawab Netral sebanyak 15 orang atau 18.8% dari sampel penelitian.
 5. Saya mampu berkontribusi, menganalisis dan berpikir kritis saat berhadapan dengan suatu informasi dari internet yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 6 Orang atau 10.0%, Setuju sebanyak 54 orang atau 67.5% dan yang menjawab Netral sebanyak 18 orang atau 22.5% dari sampel penelitian.

d. Variabel Sumber Pendapatan (X4)

Tabel 4.6: Penilaian Responden Terhadap Variabel Sumber Pedapatan (X4)

Sumber Pendapatan X4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Orang Tua	59	73.8	73.8	73.8
	Bekerja	21	26.3	26.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas maka dapat diketahui sebanyak 59 orang mahasiswa atau 73.8 %, menyatakan Sumber pendapatan dari Orang Tua dan sedangkan sisanya yakni 21 Orang Mahasiswa atau 26.3% menyatakan sumber pendapatannya yaitu dari Bekerja.

e. Variabel Gender/Jenis Kelamin (X5)

Tabel 4.7: Penilaian Responden Terhadap Variabel Gender/Jenis Kelamin (X5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	P	56	70.0	70.0	70.0
	L	24	30.0	30.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas maka dapat diketahui sebanyak 56 orang mahasiswa atau 70.0 %, adalah berjenis kelamin Perempuan dan sedangkan sisanya yakni 24 Orang Mahasiswa atau 30.0% adalah berjenis kelamin Laki – Laki.

f. Variabel Prilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.8: Penilaian Responden Terhadap Variabel Prilaku Konsumtif (Y)

No. Pernyataan	SS		S		NT		TS		STS		Jumah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	51	63.7	29	36.3							80	100
Y.2	24	30.0	34	42.5	22	27.5					80	100
Y.3	1	1.3	15	18.8	57	71.3	6	7.5	1	1.3	80	100
Y.4			10	12.5	40	50.0	28	35.0	2	2.5	80	100
Y.5	14	17.5	44	55.0	22	27.5					80	100
Y.6			35	43.8	25	31.3	1	1.3			80	100
Y.7			7	8.8	21	26.3	33	41.3	19	23.8	80	100
Y.8			11	13.8	45	56.3	24	30.0			80	100
Y.9			18	22.5	43	53.8	17	21.3	2	2.5	80	100
Y.10					11	13.8	48	60.0	21	26.3	80	100
Y.11					36	45.0	42	52.5	2	2.5	80	100
Y.12					11	13.8	55	68.8	14	17.5	80	100

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas maka dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Jawaban Saya senang membeli barang yang mendapatkan hadiah (*give away*), yang menjawab Sangat Setuju Sebanyak 51 orang atau 63.7%, dan yang menjawab Setuju 29 orang atau 36.3% dari sampel penelitian.
2. Jawaban Saya suka membeli produk yang berlabel beli 1 gratis 1, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 24 orang atau 30.0% , Setuju sebanyak 34 orang atau 42.5% dan yang menjawab Netral sebanyak 22 orang atau 27.5% dari sampel penelitian.
3. Jawaban Saya senang membeli produk karena kemasannya rapi atau packagingnya menarik, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 1 orang atau 1.3%, Setuju sebanyak 15 orang atau 18.8%, Netral Sebanyak 57 orang atau 71.3%, Tidak Setuju sebanyak 6 orang atau 7.5%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1.3% dari sampel penelitian.
4. Jawaban Saya membeli barang yang sedang trend saat ini untuk menjaga penampilan agar tetap update/kekinian, yang menjawab Setuju sebanyak 10 orang atau 12.5%, Netral Sebanyak 40 orang atau 50.0%, Tidak Setuju sebanyak 28 orang atau 35.0%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2.5% dari sampel penelitian.
5. Jawaban Saya pernah membeli produk karena harganya sedang diskon, yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 14 orang atau 17.5%, Setuju sebanyak 44 orang atau 55.0%, dan yang menjawab Netral Sebanyak 22 orang atau 27.5 dari sampel penelitian.

6. Jawaban Saya pernah membeli produk karena harganya lebih murah dari olshop lain, yang Setuju sebanyak 35 orang atau 43.8%, Netral Sebanyak 25 orang atau 31.3%, dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 1 orang atau 1.3 dari sampel penelitian.
7. Jawaban Saya pernah membeli barang yang sedang tren agar tetap menjaga simbol status di kalangan teman yang menjawab Setuju sebanyak 7 orang atau 8.8%, Netral Sebanyak 21 orang atau 26.3%, Tidak Setuju sebanyak 33 orang atau 41.3%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 19 orang atau 23.8% dari sampel penelitian.
8. Jawaban Saya pernah membeli produk yang di promosikan oleh artis idola saya, yang menjawab Setuju sebanyak 11 orang atau 13.8%, Netral Sebanyak 45 orang atau 56.3% dan yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 24 orang atau 30.0 dari sampel penelitian.
9. Jawaban Saya pernah membeli produk yang sama seperti yang idola saya miliki, yang menjawab Setuju sebanyak 18 orang atau 22.5%, Netral Sebanyak 43 orang atau 53.8%, Tidak Setuju sebanyak 17 orang atau 21.3%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2.5% dari sampel penelitian.
10. Jawaban Saya pernah membeli barang branded karena dapat menimbulkan rasa percaya diri, yang menjawab Netral Sebanyak 11 orang atau 13.8%, Tidak Setuju sebanyak 48 orang atau 60.0%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 21 orang atau 26.3% dari sampel penelitian.

11. Jawaban Saya membeli barang yang lagi tren untuk meningkatkan percaya diri, yang menjawab Netral Sebanyak 36 orang atau 45.0%, Tidak Setuju sebanyak 42 orang atau 52.2%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 2 orang atau 2.5% dari sampel penelitian.
12. Jawaban Saya pernah mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi sama, yang menjawab Netral Sebanyak 11 orang atau 13.8%, Tidak Setuju sebanyak 55 orang atau 68.8%, dan yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 14 orang atau 17.5% dari sampel penelitian

B. Hasil Penelitian

Judul penelitian dalam penelitian ini adalah Dampak Digitalisasi Gen Z Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB) sebelum pada hasil uji regresi linear berganda maka di perlukan uji – uji dasar dalam penelitian ini sehingga hasilnya lebih optimal adapun hasil Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

Berikut ini adalah hasil uji Kualitas data yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Uji Validitas

Adapun kriteria penilaian Uji Validitas yaitu dengan melihat nilai signifikan terhadap masing – masing butir pernyataan pada variabel, dengan ketentuan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 yang artinya data valid, tetapi jika nilai signifikan dibawah 0.05 maka data tidak valid adapun hasil Uji Validitas variabel *E-Money*,

Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan, *Gender* dan Perilaku Kosumtif adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9: Uji Validitas Butir Pernyataan X1 (*E-money*)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTALX1
TOTALX1	Pearson Correlation	.267*	.489**	.446**	.406**	.255*	.563**	.131	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.000	.000	.022	.000	.247	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas maka dapat di ketahui butir pernyataan satu sampai dengan pernyataan enam memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut valid atau Uji Validitas terpenuhi. Sedangkan butir pernyataan ketujuh tidak Validitas dikarekan nilai signifikan lebih besar dari 0.05 yakni 0.247.

Tabel 4.10: Uji Validitas Butir Pernyataan X2 (*Fitur Live streaming*)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTALX2
TOTALX2	Pearson Correlation	.299**	.457**	.474**	.459**	.625**	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas maka dapat di ketahui total masing - masing butir pernyataan satu sampai dengan pernyataan enam memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut valid atau Uji Validitas terpenuhi terhadap Variabel X2 *Fitur Live Streaming*.

Tabel 4.11: Uji Validitas Butir Pernyataan X3 (*Literasi Digital*)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTALX3
TOTALX3	Pearson Correlation	.518**	.562**	.368**	.523**	.498**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas maka dapat di ketahui total masing - masing butir pernyataan satu sampai dengan pernyataan lima memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut valid atau Uji Validitas terpenuhi terhadap variabel X3 Literasi Digital.

Tabel 4.12: Uji Validitas Butir Pernyataan X4 (Sumber Pendapatan)
Correlations

		X4	TOTALX4
TOTALX4	Pearson Correlation	.479**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas maka dapat di ketahui butir pernyataan variabel X4 Sumber Pendapatan memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut valid atau Uji Validitas terpenuhi terhadap variabel X4 Sumber Pendapatan.

Tabel 4.13: Uji Validitas Butir Pernyataan X5 (Gender)
Correlations

		X5	TOTALX5
TOTALX5	Pearson Correlation	.006	1
	Sig. (2-tailed)	.956	
	N	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas maka dapat di ketahui butir pernyataan variabel X5 *Gender* memiliki nilai signifikan sebesar 0.956 lebih besar dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut tidak valid atau Uji Validitas tidak terpenuhi terhadap variabel X5 *Gender*.

Tabel 4.14: Uji Validitas Butir Pernyataan Y (Prilaku Konsumtif)
Correlations

	Y1. 1	Y1. 2	Y1. 3	Y1. 4	Y1. 5	Y1. 6	Y1. 7	Y1. 8	Y1. 9	Y1. 10	Y1. 11	Y1. 12	TOTALY
TOTALY Pearson Correlation	.364**	.295**	.275*	.226*	.257*	.348**	.385**	.400**	.401**	.112	.403**	.198	1
Sig. (2-tailed)	.001	.008	.014	.044	.021	.002	.000	.000	.000	.323	.000	.078	
N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

Sumber : Ouput SPSS

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas maka dapat di ketahui butir pernyataan satu sampai dengan pernyataan Sembilan dan sebelas memiliki nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 sehingga butir pernyataan tersebut valid atau Uji Validitas terpenuhi. Sedangkan butir pernyataan sepuluh dan dua belas tidak Valid karena nilai signifikan lebih besar dari 0.05 sehingga Uji Validitas tidak terpenuhi.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Butir angket dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap angket adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan alpha cronbach. Angket dikatakan reliabel jika alpha cronbach > 0,60 dan tidak reliabel jika sama dengan atau dibawah 0,60 (Rusiadi, 2013). Adapun hasil uji reliabilitas pada variabel penelitian ini dapat disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.15: Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	6

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan data pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa nilai alpha Cronbach's untuk semua variabel dalam penelitian ini bernilai $0.677 > 0,60$. Hal ini

menunjukkan bahwa kuesioner penelitian ini realibel sehingga dapat diteruskan untuk melakukan penelitian.

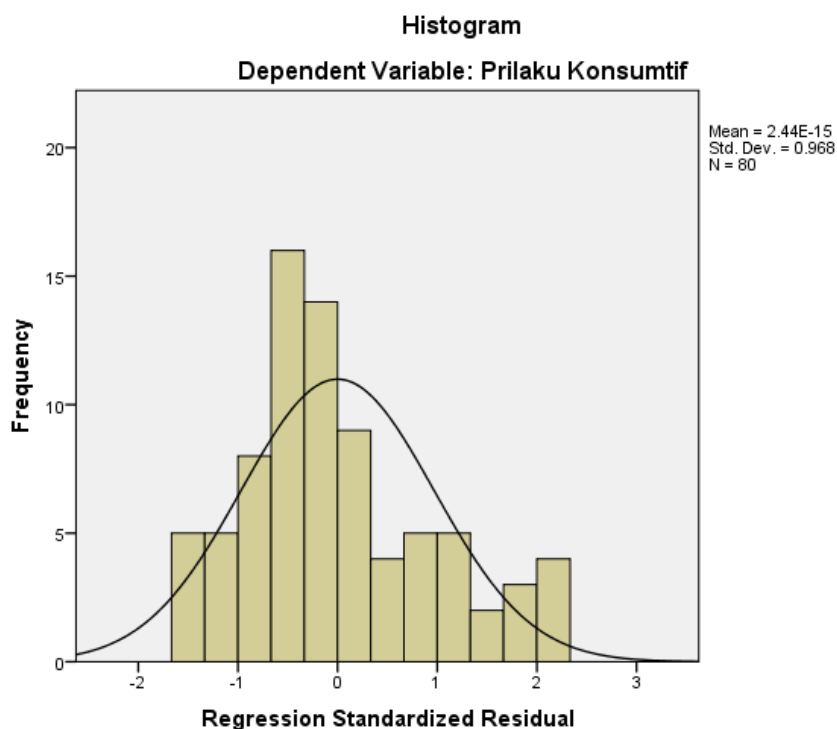
2. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal data normal atau mendekati normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi. Uji normalitas dilakukan pada nilai residual model. Asumsi normalitas dapat diperiksa dengan pemeriksaan output normal P-P plot. Asumsi normalitas terpenuhi ketika penyebaran titik-titik output plot mengikuti garis diagonal plot.

1. Pengujian Histogram

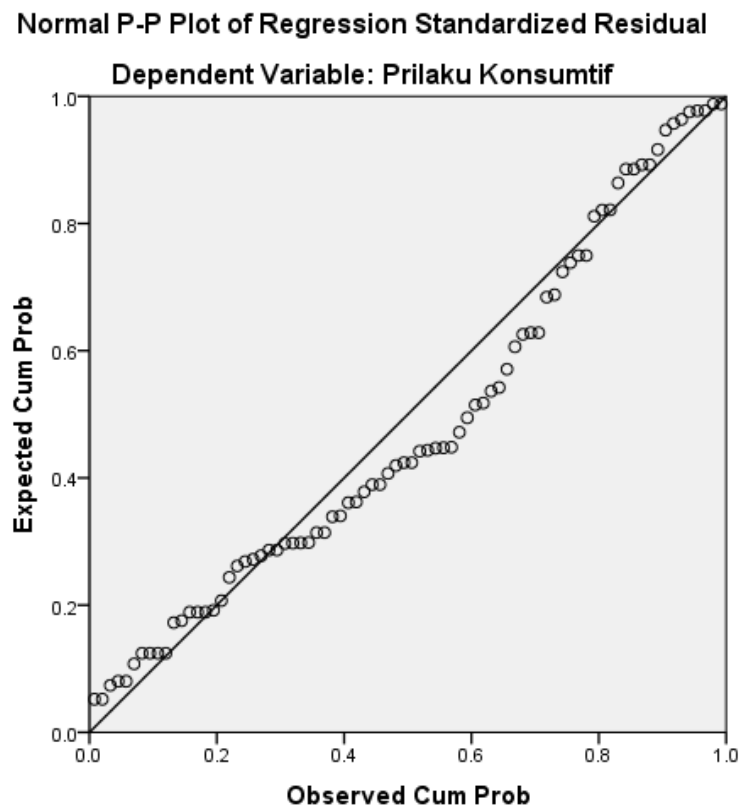


Sumber : Output SPSS

Gambar 4.1: Histogram Uji Normalitas

Berdasarkan data pada gambar 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola data berdistribusi normal karena berbentuk kurva simetris, tidak miring ke kiri maupun ke kanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji_Pplot



Sumber : Output SPSS

Gambar 4.2: Uji_Pplot Uji Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.4 Dapat disimpulkan bahwasannya data bersifat normal karena titik-titik data dari variabel Perilaku Konsumtif menyebar berada pada garis diagonal sehingga layak untuk dilakukan uji regresi untuk menguji hipotesis yang telah disusun oleh peneliti pada penelitian ini.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah data pada variabel independen memiliki hubungan satu sama lain. Menurut Ghazali (2016:107) menyatakan bahwa Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Tabel 4.16: Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
E-Money	.640	1.564
Fitur Live Streaming	.560	1.786
Literasi Digital	.447	2.239
Sumber Pendapatan	.870	1.149
Gender	.926	1.080

Sumber : Output SPSS

Data di atas menunjukkan bahwasannya variabel independen terbebas dari multikolinieritas atau tidak ada hubungan antara variabel independen yang dilihat dari nilai Variance Inflation Factor lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 antara lain adalah sebagai berikut :

- 1) *E-Money* memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) $1.564 < 10$ dan nilai tolerance $0,640 > 0,1$.
- 2) Fitur Live Streaming memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) $1.786 < 10$ dan nilai tolerance $0,560 > 0,1$.
- 3) Literasi Digital memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) $2.239 < 10$ dan nilai tolerance $0,447 > 0,1$.

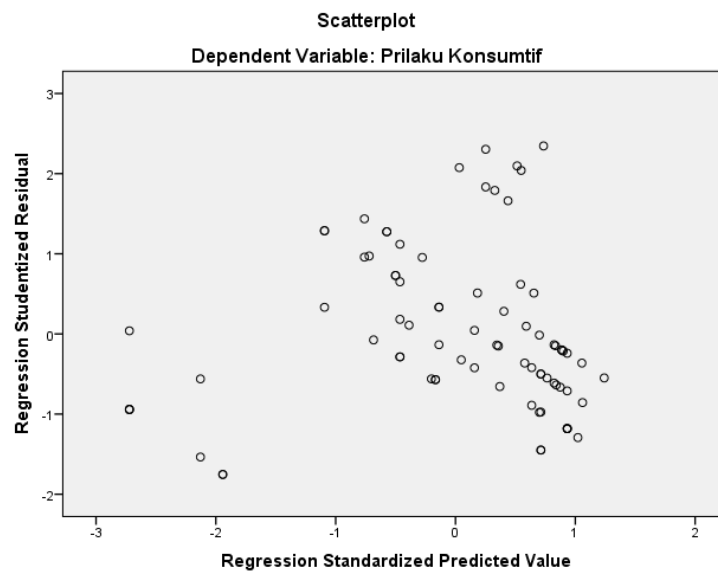
- 4) Sumber Pendapatan memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) $1.149 < 10$ dan nilai tolerance $0,870 > 0,1$.
- 5) *Gender* memiliki nilai Variance Inflation Factor (VIF) $1.080 < 10$ dan nilai tolerance $0,926 > 0,1$.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya masing-masing variabel terbebas dari masalah multikolinieritas pada data penelitian.

c. Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:120). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:137-138). Sebagai cara untuk memperkuat uji scatterplot terdapat cara lain yaitu dengan pengujian uji park. Yaitu apabila variabel independen memiliki nilai tingkat signifikansi melebihi 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.



Sumber : Output SPSS

Gambar 4.3: Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar di atas maka dapat disimpulkan bahwasannya titik-titik yang menyebar secara acak dan merata dimana tidak membentuk suatu pola atau trend garis tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwasannya data pada penelitian ini bersifat normal.

3. Regresi Linear Berganda

Uji Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

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

Tabel 4.17: Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.472	5.864		3.832	.000
E-Money	.616	.237	.268	2.594	.011
Fitur Live Streaming	.932	.259	.398	3.598	.001
Literasi Digital	.677	.168	.499	4.028	.000
Sumber Pendapatan	-.457	.593	-.068	-.771	.443
Gender	.387	.552	.060	.702	.485

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan hasil regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS sebagai berikut :

$$Y = 22,472 + 0,616 X1 + 0,932 X2 + 0,677 X3 - 0,457 X4 + 0,387X5 + e.$$

Penjelasan dari persamaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta sebesar 22,472 menunjukkan tanda positif yang berarti bahwa jika variabel *E-Money* (X1), Fitur Live Streaming (X2), Literasi Digital (X3), Sumber Pendapatan (X4), dan *Gender* (X5) dianggap bernilai 0 Poin atau tidak ada . Maka Prilaku Konsumtif (Y) telah memiliki nilai sebesar 22,472 poin.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel *E-Money* menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,616 yang berarti bahwa jika variabel *E-Money* meningkat satu Point, maka Prilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0.616 Point.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel Fitur Live Streaming menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0.932 yang berarti bahwa jika variabel Fitur Live Streaming meningkat satu Point, maka Prilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0.932 Point.
- 4) Nilai koefisien regresi untuk variabel Literasi Digital menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,677 yang berarti bahwa jika variabel Literasi Digital meningkat satu Point, maka Prilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0.677 Point.
- 5) Nilai koefisien regresi untuk variabel Sumber Pendapatan menunjukkan nilai negatif yaitu sebesar 0.457 yang berarti bahwa jika variabel Sumber Pendapatan menurun satu Point, maka Prilaku Konsumtif akan meningkat

sebesar 0.457 Point.

- 6) Nilai koefisien regresi untuk variabel *Gender* menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,387 yang berarti bahwa jika variabel *Gender* meningkat satu Point, maka Prilaku Konsumtif akan meningkat sebesar 0.387 Point.

4. Uji Hipotesis/Pengambilan Keputusan

Adapun Hasil Uji Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial di lakukan untuk menjawab hipotesis yang dirumuskan oleh peneliti berdasarkan pada variabel yang akan diuji sebagai berikut. Nilai t-tabel dihitung dengan menggunakan tabel distribusi nilai t-tabel. Nilai $df1 = 0,05$, $df2 = n - k$. dimana:

k : adalah jumlah variabel (bebas + terikat)

n : adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi.

Dalam penelitian kali ini menggunakan variabel bebas sebanyak 5 dan variabel terikat sebanyak 1 sehingga nilai $k = 6$, nilai $df1 = 0,05$ dan nilai $df2 = 74$ (80-6). Dari tabel distribusi nilai t-tabel maka nilai t-tabel = 1,992 Adapun hasil uji parsial dalam penelitian ini dapat disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18: Hasil Uji T/ Uji parsial Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22.472	5.864		3.832	.000
E-Money	.616	.237	.268	2.594	.011
Fitur Live Streaming	.932	.259	.398	3.598	.001
Literasi Digital	.677	.168	.499	4.028	.000
Sumber Pendapatan	-.457	.593	-.068	-.771	.443
Gender	.387	.552	.060	.702	.485

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan pada tabel 4.18 di atas maka dapat disimpulkan Pengujian pada Uji T Parsial dapat dilakukan dengan kriteria yang ditetapkan sebagai berikut:

H1 dapat diterima dan H0 harus ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig. t < \alpha$

H1 dapat ditolak dan H0 harus diterima, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig. t > \alpha$

- 1) Hasil pengujian untuk variabel *E-Money* menunjukkan nilai t-hitung sebesar $2.594 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikan $0,011 < 0,05$, maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Variabel *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif.
- 2) Hasil pengujian untuk variabel Fitur Live Streaming menunjukkan nilai t-hitung sebesar $3.598 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Variabel Fitur Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif.
- 3) Hasil pengujian untuk variabel Literasi Digital menunjukkan nilai t-hitung sebesar $4.028 > t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak, artinya Variabel Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif.
- 4) Hasil pengujian untuk Variabel Sumber Pendapatan menunjukkan nilai t-hitung sebesar $-0.771 < t_{tabel}$ sebesar 1,992 dengan nilai signifikan $0,443 > 0,05$, maka hipotesis H0 diterima dan H1 ditolak, artinya Variabel Sumber Pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara parsial terhadap

Perilaku Konsumtif.

- 5) Hasil pengujian untuk Variabel *Gender* menunjukkan nilai t-hitung sebesar $0.702 < t\text{-tabel sebesar } 1,992$ dengan nilai signifikan $0,485 > 0,05$, maka hipotesis H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya Variabel *Gender* berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.. Nilai F-tabel dihitung dengan menggunakan tabel distribusi nilai F-tabel. Nilai $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k$.

Dimana:

k : adalah jumlah variabel (bebas + terikat)

n : adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi.

Dalam penelitian kali ini menggunakan variabel bebas sebanyak 5 dan variabel terikat sebanyak 1 sehingga nilai $k = 6$, nilai $df_1 = 5 (6-1)$ dan nilai $df_2 = 74 (80-6)$. Dari tabel distribusi nilai F-tabel maka nilai F-tabel = 2,338. Adapun hasil uji simultan dalam penelitian ini akan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.19: Hasil Uji – F (Uji Hipotesis Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	341.047	5	68.209	14.401	.000 ^b
	Residual	350.503	74	4.737		
	Total	691.550	79			

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan hasil uji simultan yang disajikan pada Tabel 4.13 diketahui nilai Fhitung sebesar $14.401 > F\text{tabel sebesar } 2,338$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka hipotesis H_3 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat

disimpulkan bahwa Variabel *E-money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* Berpengaruh simultan atau secara bersama – sama terhadap Perilaku Konsumtif.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi ini di gunakan untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 4.20: Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.459	2.176

Sumber : Output SPSS

Berdasarkan Tabel 4.20 di atas menunjukkan bahwa uji koefisien determinasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Angka Adjusted R Square yang dihasilkan sebesar 0,459 yang mengindikasikan bahwa 45,90 % menunjukkan keterkaitan atau hubungan variabel *E-Money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* terhadap Perilaku Konsumtif Sedangkan sisanya 54.10% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam model penelitian.
- 2) Nilai R yang dihasilkan sebesar 0.702, nilai R ini menunjukkan hubungan yang erat antara hubungan variabel *E-Money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* terhadap Perilaku Konsumtif. Semakin besar nilai R yang dihasilkan maka semakin kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Karena nilai R yang dihasilkan sebesar 0.702 atau 70,20% yang berada pada range . nilai 60%-79%, semakin besar

nilai R yang dihasilkan maka semakin erat pula hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.21 berikut.

Tabel 4.21: Tipe Hubungan pada Uji Determinasi

Nilai	Interprestasi
0,0-0,19	Sangat tidak Erat
0,2-0,39	Tidak Erat
0,4-0,59	Cukup Erat
0,6-0,79	Erat
0,8-0,99	Sangat Erat

Sumber: Sugiyono (2016: 287)

Karena nilai R yang dihasilkan sebesar 0,702 yang berada pada range nilai 0,6-0,79 , maka hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah Erat.

C. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini adalah mengenai hasil temuan penelitian terhadap kesesuaian teori, pendapat maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini akan dibahas dalam temuan penelitian ini yang harus mampu menjawab segala pernyataan yang ada di dalam rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara individu variabel *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien regresi *E-Money* sebesar 0.616 Poin yang menunjukkan bahwa adanya Pengaruh kuat terhadap Perilaku Konsumtif, nilai R Square sebesar 70.20% yang menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam penelitian.

Menurut Hsueh (2017), mengatakan *E-Money* adalah model layanan keuangan baru yang dikembangkan melalui inovasi teknologi informasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulasiwi et al (2019) menunjukkan bahwa layanan keuangan berbasis Fintech memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pada beberapa teori dan hasil penelitian terdahulu, maka peneliti telah mengajukan Hipotesis H1 yang berbunyi bahwa: “*penggunaan E-Money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Kosumtif”. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penggunaan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan pada mahasiswa Fakultas Sosial Sains. Hal ini terlihat dari uji hipotesis melalui uji t dengan nilai thitung sebesar 10,099 > t-tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$, maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

Arah positif menunjukkan bahwa jika penggunaan *E-money* meningkat, maka Perilaku Konsumtif juga akan akan meningkat sebesar 0,744, sebaliknya jika *E-Money* menurun maka literasi keuangan juga akan akan menurun sebesar 0,744. Dengan kata lain ketika penggunaan *E-Money* yang terdiri dari indikator ragam kegunaan dan tujuan kegunaan meningkat maka Perilaku Kosumtif juga akan meningkat secara signifikan.

2. Pengaruh Fitur Live Streaming Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara individu variabel Fitur Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien regresi Fitur Live Streaming sebesar 0.932 Poin yang menunjukkan bahwa adanya Pengaruh kuat terhadap Perilaku Konsumtif, nilai R

Square sebesar 70.20% yang menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam penelitian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktavia Marpaung (2021), yang menyatakan bahwa penggunaan Fitur Live Streaming memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Penggunaan *Fitur Live Streaming* dalam proses pembelajaran yang menggunakan media teknologi informasi dan jaringan internet untuk melakukan pembelajaran secara *Virtual* Pada mahasiswa UNIWARA dapat meningkatkan perilaku konsumtif secara signifikan (Wiwin Hartanto : 2016).

Multimedia merupakan suatu penggabungan dari beberapa media dalam menyampaikan informasi berupa teks, gambar, video dan audio (Dwi Priyanto : 2009). Kemajuan teknologi yang semakin canggih dalam melakukan penjualan barang melalui aplikasi *Fitur Live Streaming* meningkat produktivitas pada toko penjualan Batik pekalongan sehingga banyaknya pelaku usaha beralih kepada penjualan online dengan aplikasi *Fitur Live Streaming* banyaknya pelaku usaha yang beralih pada penjualan online tanpa disadari Masyarakat mulai berperilaku konsumtif, penggunaan *Fitur Live Streaming* membawa dampak positif bagi pelaku usaha batik pekalongan (Bambang Eka Purnama : 2012).

3. Pengaruh Fitur Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara individu variabel Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien regresi Fitur Live Streaming sebesar 0.677 Poin yang menunjukkan bahwa adanya Pengaruh kuat terhadap Perilaku Konsumtif, nilai R

Square sebesar 70.20% yang menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam penelitian.

Penelitian ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan (Oktavia Nuratika, 2022) dimana Penggunaan *literasi digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif menurut peneleitian yang dilakukan oleh. Kemajuan teknologi dan penggunaan teknoligi meningkatkan konsumsi pada Masyarakat sehingga Masyarakat menimbulkan perilaku konsumtif.

Penggunaan *Literasi Digital* secara berlebihan dapat memicu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering dikaitkan dengan pola konsumsi barang atau jasa yang berlebihan, diluar batas kebutuhan seseorang. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan untuk membeli barang atau jasa secara terus menerus secara tidak rasional tidak berdasarkan kebutuhan (M. Gunawan, 2019).

Di era Digital saat ini, perubahan teknologi semakin cepat. Terjadinya adanya perubahan perilaku masyarakat cenderung berhubungan dengan teknologi. Manusia mudah dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi untuk saling berkomunikasi maupun mendapat informasi. Dengan menggunakan alat dan perangkat teknologi saat ini, data informasi akan lebih bertumbuh dan menjadi asset yang berperan dalam peradapan masyarakat modern penggunaan alat teknoligi informasi yang semakin berkembang memicu perilaku konsumtif pada Masyarakat di Indonesia (Waldo Dwi Putra, 2021).

4. Pengaruh Sumber Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara individu variabel Sumber Pendapatan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dimanaa turunnya pendapatan akan menurunkan perilaku

kosumtif. Nilai koefisien regresi Sumber Pendapatan sebesar -0.457 Point yang menunjukkan bahwa adanya Pengaruh kuat terhadap Perilaku Kosumtif, nilai R Square sebesar 70.20% yang menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam penelitian.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanifah, Dzihni 2015), dimana sumber pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku kosumtif, Ketika pendapatan semakin meningkat maka semakin tinggi pula seseorang untuk berperilaku kosumtif tetapi sebaliknya jika pendapatan seseorang rendah maka tingkat perilaku kosumtifnya akan rendah

Penelitian yang dilakukan oleh (Reny Andrianty, 2019) sebaliknya mendukung penelitian ini, dimana pendapatan berpengaruh negatif pada mahasiswa UNPAS dimana seseorang dapat membeli sesuatu barang tanpa adanya penghasilan yang tetap, membeli sebuah barang sebagai koleksi dan bukan karena kebutuhan.

Penghasilan tidak menentukan seseorang untuk berperilaku kosumtif. Perilaku Kosumtif disebabkan oleh faktor pendapatan dan gaya hidup. Setiap pendapatan yang diperoleh tidak lagi digunakan sesuai fungsinya. Pendapatan lebih banyak digunakan untuk memenuhi gaya hidup yang cenderung kosumtif. Akibatnya kebutuhan utama sebagai seorang mahasiswa terlupakan, pendapatan yang diperoleh tidak pernah merasa cukup dan pada akhirnya mereka akan melakukan segala jenis cara untuk memenuhi keinginan tersebut (Sutriati dkk, 2018)

5. Pengaruh Sumber *Gender* Terhadap Perilaku Kosumtif

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa secara individu variabel Sumber Pendapatan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien regresi Sumber Pendapatan sebesar 0.387 Point yang menunjukkan bahwa adanya Pengaruh kuat terhadap Perilaku Konsumtif, nilai R Square sebesar 70.20% yang menunjukkan adanya hubungan yang erat dalam penelitian.

Dari penelitian ini didapatkan bahwa ada perbedaan pandangan antara laki-laki dan perempuan dalam berperilaku konsumtif. Laki-laki cenderung lebih menyukai kualitas suatu barang, berbelanja di mall, lebih sukar mengekspresikan model pakaian yang mereka sukai, tidak terlalu mementingkan bonus barang. Sedangkan perempuan memiliki pertimbangan harga dalam berbelanja, lebih fleksibel dalam tempat berbelanja, lebih mudah mengekspresikan model pakaian mereka, dan memiliki pertimbangan bonus barang dalam perbelanjaan mereka. Satu kesamaan yang terlihat pada empat subjek berpendapat bahwa siapa saja dapat memiliki hobi berbelanja terlepas dari peran *gender* konsumen tersebut (Siahaan, Idris Douglas Franata 2013)

Gender menentukan seberapa sering seseorang untuk berperilaku konsumtif, studi kasus yang diteliti oleh (Adibah Yahya, 2023) dimana jenis kelamin Wanita lebih condong dalam berperilaku konsumtif dibanding dengan jenis kelamin pria. Menurut hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, ini merupakan langkah awal dalam penelitian terhadap beberapa mahasiswa, fakta yang diperoleh peneliti menunjukkan bahwa Sebagian mahasiswa yang berbelanja online lebih didorong oleh faktor keinginan semata tanpa memperhatikan kembali apa kegunaan barang yang dibeli. Hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif, perilaku konsumsi mahasiswa memiliki banyak perubahan. Perubahan yang terjadi sangat dipengaruhi oleh perkembangan

teknologi yang semakin canggih dan informasi yang semakin cepat, membuat kebutuhan mahasiswa menjadi lebih kompleks (Yahya,2021).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian data dengan menggunakan program SPSS maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) *E-Money* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konumtif pada mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar $2.594 > t\text{-tabel } 1,992$ dan signifikan $0,011 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H1) diterima.
- 2) Fitur Live Streaming berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konumtif pada mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar $3.598 > t\text{-tabel } 1,992$ dan signifikan $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H1) diterima.
- 3) Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konumtif pada mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar $4.028 > t\text{-tabel } 1,992$ dan signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H1) diterima.
- 4) Sumber Pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konumtif pada mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar $-0.771 < t\text{-tabel } 1,992$ dan signifikan $0,443 > 0,05$, maka dapat disimpulkan

bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H0) diterima.

- 5) *Gender* berpengaruh positif dan tidak signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB. Hal ini dibuktikan dari nilai t-hitung sebesar $0.702 < t\text{-tabel } 1,992$ dan signifikan $0,485 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H0) diterima.
- 6) Secara Simultan Variabel *E-money*, Fitur Live Streaming, Literasi Digital, Sumber Pendapatan dan *Gender* berpengaruh terhadap Perilaku Kosumtif dibuktikan dari nilai f-hitung $14.401 >$ dari f-tabel 2.338 , maka dapat disimpulkan bahwasannya hipotesis pada penelitian ini (H1) diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dalam penelitian ini maka terdapat beberapa saran yang dapat diajukan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Disarankan kepada mahasiswa agar dapat memanfaatkan aplikasi fintech (E-Money) secara lebih luas bukan hanya sekedar digunakan untuk transaksi jual beli atau transfer keuangan melainkan memanfaatkan lebih luas akan kegunaan aplikasi seperti untuk kepentingan menabung, investasi atau menggunakan aplikasi kredit yang efektif dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan mempertimbangkan risiko pengelolaan keuangan Sehingga tidak memicu terjadinya Perilaku Konsumtif yang tinggi pada Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB
2. Diharapkan mahasiswa dapat menggunakan Literasi Digital dengan baik.

menggunakan kemajuan teknologi sesuai dengan kebutuhan pada batas wajar sehingga tidak meningkatkan perilaku konsumtif pada Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB

3. Diharapkan mahasiswa dapat lebih mengoptimalkan penggunaan aplikasi Fitur Live Streaming sebagai sumber pendapatan seperti melakukan penjualan dan promosi barang, sebagai alat edukasi ataupun lain - lainnya sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang positif pada Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB.
4. Diharapkan kepada mahasiswa dari sisi Gender adanya kesadaran dari diri sendiri dalam membeli barang sesuai dengan kebutuhan atau prioritas. Menghindari Life Style yang berlebih dan menghindari hutang online baik seperti Spay Latter, ataupun pinjaman online lainnya sehingga tidak meningkatkan perilaku konsumtif pada Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB.
5. Berdasarkan hasil Regresi terhadap Variabel X4 diharapkan kepada mahasiswa untuk meningkatkan Sumber Pendapatan sehingga dapat menurunkan perilaku konsumtif pada Gen Z Prodi Ekonomi Pembangunan UNPAB
6. Penelitian ini dapat di harapkan menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya dengan mengembangkan metode penelitian atau menambahkan variabel penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumtif sehingga hasilnya jauh lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdiyanto, et al.2023. The development economic growth for sustainable development with augmented dickey fuller (empirical study for neoclassical economic growth from solow and swan). *Kurdish Studies*, 11(2), pp. 3206-3214
- Andriyanty, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi konsumen generasi z terhadap konsumsi produk dalam negeri. *ETHOS (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian)*, 7 (2), 280–296.
- Bangun, M. (2022). LITERASI DIGITAL BERBASIS PENDIDIKAN: TEORI, PRAKTEK DAN PENERAPANNYA.
- Badan Pusat Statistik. Uang Elektroni *e-money* [Badan Pusat Statistik Indonesia \(bps.go.id\)](https://bps.go.id)
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 4(2), 84-105.
- Cynthia, E.P. et al. 2022. Convolutional Neural Network and Deep Learning Approach for Image Detection and Identification. *Journal of Physics: Conference Series*, 2394 012019, pp. 1-6
- Cynthia, E. P., Rahadjeng, I. R., Karyadiputra, E., Rahman, F. Y., Windarto, A. P., Limbong, M., ... & Yarmani, Y. (2021, June). Application of K-Medoids Cluster Result with Particle Swarm Optimization (PSO) in Toddler Measles Immunization Cases. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1933, No. 1, p. 012036). IOP Publishing.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang dimediasi kontrol diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1-19.
- Databoks. Penggunaan E-Money di Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/>
- Databoks. Penggunaan Literasi Digital pada Gen Z <https://databoks.katadata.co.id/>
- Databoks. Presentasi Gender di berdasarkan Usia <https://databoks.katadata.co.id/>
- Databoks. Sumber Pendapatan di Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/>
- Dahman, Y., Goso, G., Sahrir, S., & Salju, S. (2023). Peran Literasi Digital, Motivasi Kerja, Kemampuan Kerja dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan UMKM. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2), 1784-1793.
- Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.

- Indrawan, M. I., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Indira, S. S., Nita, S., Siregar, M., ... & Tarigan, A. S. P. (2019, March). UNPAB Lecturer Assessment and Performance Model based on Indonesia Science and Technology Index. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1175, No. 1, p. 012268). IOP Publishing.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 209-224.
- Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelanjaan Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNIWARA. *Jurnal Equilibrium Nusantara*, 1(1), 10-20.
- Latifiana, Dwi. (2017). Studi Literasi Keuangan Pengelolaan Usaha Kecil Menengah (UKM). Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi dan Bisnis 2017, Surakarta, Indonesia, April 2017. Universitas Sebelas Maret.
- Muna, N. A. (2023). Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Sahmiyya*, 2(1), 143-149.
- Marpaung, Oktavia et. all. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech dan Dampaknya Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi*. Jayakarta, vol. 10, no. 1, 202.
- Marpaung, Oktavia. (2021). Pengaruh Pengetahuan Penggunaan Fintech (Ovo dan Gopay) terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Akuntansi dan Perpajakan Jayakarta*, vol. 2, no. 2, 2021.
- Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 1(1), 44-58.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150.
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133-147.
- Muna, N. A. (2023). Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Sahmiyya*, 2(1), 143-149.
- Nasib, N., Azhmy, M. F., Nabella, S. D., Rusiadi, R., & Fadli, A. (2022). Survive Amidst the Competition of Private Universities by Maximizing Brand Image and Interest in Studying. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan*, 14(3), 3317-3328.
- Nasution, L. N., Suhendi, S., Rusiadi, R., Rangkuty, D. M., & Abdiyanto, A. (2022). Covid-19 Pandemic: Impact on Economic Stability In 8-Em Muslim Countries. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 336-352.
- NASUTION, L. N., RUSIADI, A. N., & PUTRI, D. 2022. IMPACT OF MONETARY POLICY ON POVERTY LEVELS IN FIVE ASEAN COUNTRIES.

- Nasution, L. N., Rangkuty, D. M., & Putra, S. M. (2024). The Digital Payment System: How Does It Impact Indonesia's Poverty?. *ABAC Journal*, 44(3), 228-242.
- Nasution, L. N., Sadalia, I., & Ruslan, D. (2022). Investigation of Financial Inclusion, Financial Technology, Economic Fundamentals, and Poverty Alleviation in ASEAN-5: Using SUR Model. *ABAC Journal*, 42(3), 132-147.
- Nasrullah, R., Aditya, W., Satya, T. I., Nento, M. N., Hanifah, N., Miftahussururi, M., & Akbari, Q. S. (2017). Materi pendukung literasi digital.
- Nasution, C. E. (2019). *Pengaruh Teknologi Digital Terhadap Perilaku Belanja Gen Z* (Doctoral dissertation).
- Purba, R., Umar, H., Siregar, O. K., & Aulia, F. (2023). Supervision of Village Financial Management: will it be in Parallel with the Development of Village Officials?(a Study of North Sumatra Province). *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(12), e1930-e1930.
- Rangkuty, D. M., & Hidayat, M. (2021). Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?. *Ekuilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 16(1), 85-93.
- Rusiadi, N. S. (2023). Modeling the Impact of Tourism Brand Love and Brand Trust on Increasing Tourist Revisit Intention: An Empirical Study. *Journal of System and Management Sciences*, 13(4), 399-415.
- RUSIADI, S., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). DYNAMIC RATIONAL EXPECTATIONS MODEL AND COVID-19 ON MONEY DEMAND IN CARISI COUNTRIES.
- Rusiadi, Hidayat, M., Rangkuty, D. M., Ferine, K. F., & Saputra, J. (2024). The Influence of Natural Resources, Energy Consumption, and Renewable Energy on Economic Growth in ASEAN Region Countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 14(3), 332-338.
- Ruslan, D., Tanjung, A. A., Lubis, I., Siregar, K. H., & Pratama, I. (2023). Monetary Policy in Indonesia: Dynamics of Inflation, Credibility Index and Output Stability Post Covid 19: New Keynesian Small Macroeconomics Approach. *Cuadernos de economía*, 46(130), 21-30.
- Riswanti Rini, R., Nurain, S., & Ujang, E. (2022). Literasi digital mahasiswa dan faktor-faktor yang berpengaruh. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 10(2), 171-179.
- Ririen, D., & Daryanes, F. (2022). Analisis literasi digital mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 8(1), 210-219
- Rohmawati, A., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh E-Wallet, Mobile Banking, dan E-Money Terhadap Transaksi Bisnis Digital Pasca Covid-19. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 206-219.
- Rangkuty, D.M. dan B., Mesra. (2022). *Ekonomi Moneter Internasional*. LPPM Undikma. Mataram.

- Rangkuty, D.M. and Hidayat, M. (2021). *Does Foreign Debt have an Impact on Indonesia's Foreign Exchange Reserves?* *Ekulibrium Journal* Vol. 16(1) pp. 85-93.
- Rusiadi , dkk. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi Pembangunan, Konsep, Kasus dan Aplikasi SPSS, Eviews, Amos dan Lisrel.*
- Rusiadi, dkk. (2022). *EDUKASI LITERASI KEUANGAN DIGITAL PADA SISWA SMAN 7 MEDAN*, *Jurnal Pengabdian Mandiri* 1821-1828
- Setyaningsih, R., Abdullah, A., Prihantoro, E., & Hustinawaty, H. (2019). Model penguatan literasi digital melalui pemanfaatan e-learning. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1200-1214
- SUHENDI, RUSIADI., NOVALINA, A., NST, N., EFENDI, B., & NST, P. (2022). *POST-COVID-19 ECONOMIC STABILITY CHANGES IN NINE COUNTRIES OF ASIA PACIFIC ECONOMIC COOPERATION.*
- Sutrisna, I. P. G. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Seni*, 8(2), 269-283.
- Suhendi (2022). *Public Service Digital Transformation Model In Supporting The Development Of A New Suro Village, Suro Makmur District. International Journal of Science*
- Suhendi (2022). *Impact Of Monetary Policy On Poverty Levels In Five Asean Countries The Say Bold Report*
- Tuna, Y. (2022, January). Literasi digital dalam pembelajaran di SD sebagai upaya peningkatan kualitas pendidik. In *Prosiding seminar nasional pendidikan dasar.*
- Widarman, A., Rahadjeng, I. R., Susilowati, I. H., Sahara, S., & Daulay, M. T. (2022, December). Analytical Hierarchy Process Algorithm for Define of Water Meter. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 2394, No. 1, p. 012030). IOP Publishing.
- Wulandari, D., & Aulia, P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif belanja online pada generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4), 178-186.
- Yuddin, Z., & Musfikar, R. (2020). Analisis Efektifitas Video Live Streaming Sebagai Pembelajaran Berbasis Multimedia Pada SMK Negeri 2 Lhokseumawe. *Journal of Informatics and Computer Science*, 6(1), 33-37.
- Zata Hasyiyati. (2020). *The Composition of Human Capital and Economic Growth: Evidence from Aceh and West Papua Provinces, Indonesia. EconJournals.*
- Zahara, R., & Nasution, A. W. (2021). Pengaruh kemudahan dan keamanan terhadap keputusan menggunakan e-money pada mahasiswa Politeknik Negeri Medan. *Majalah Iptek Politeknik Negeri Medan Polimedia*, 24(1), 39-54.