

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi ditandai dengan berbagai macam perubahan dibidang teknologi, termasuk sistem transaksi yang selalu mengalami perubahan seiring waktu. Dengan adanya teknologi internet memungkinkan adanya transaksi secara tidak langsung bertemunya penjual dan pembeli. Sistem pembayaran dan pola transaksi ekonomi terus mengalami perubahan dan menggeser sistem pembayaran tunai menjadi non-tunai. Dalam Undang-Undang No 23 tentang Bank Indonesia Pasal 1 angka 6, Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Perkembangan teknologi informasi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan perkembangan sistem informasi. Komputer yang merupakan bagian dari hasil-hasil perkembangan teknologi sangat membantu organisasi menerapkan sistem informasi akuntansi yang lebih bermanfaat.

Di era industri 4.0 sistem pembayaran berkembang pesat dimana revolusi industry telah membawa perubahan dalam hal perkembangan teknologi dan proses produksi dalam kegiatan ekonomi perubahan cara hidup dan proses kerja telah mengubah manusia dalam berinteraksi dengan lingkungan kerja maupun lingkungan masyarakat awal mula revolusi industry pada tahun 1750-1850 telah

membawa perubahan besar-besaran dalam bidang pertanian, manufaktur pertambangan, transportasi dan teknologi sehingga berdampak pada perubahan sosial ekonomi dan budaya yang secara fundamental mengubah cara hidup, cara kerja dan cara berinteraksi masyarakat di seluruh penjuru dunia.

Menurut K. Ayo dan Ukpere dalam penelitian Aditya Nugroho (2010)

“Sistem pembayaran elektronik dilihat dari proses otomatis moneter yaitu pertukaran nilai antar pihak dalam transaksi bisnis dan transmisi nilai informasi melalui jaringan teknologi dan komunikasi”¹

Dalam undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik pasal 1 angka 2 juga telah mendefinisikan secara tegas mengenai sistem pembayaran transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Pada perekonomian masa kini, manusia dituntut untuk dapat mengikuti kemajuan perkembangan teknologi.

Gagasan dan perwujudan tersebut menemukan solusi untuk membantu mempermudah keinginan manusia agar mendapatkan kebutuhan agar dapat menunjang kebutuhan tersebut, pembeli juga harus memiliki alat transaksi pembayaran yang memadai sehingga dapat digunakan dalam pemenuhan kebutuhan. Dalam hal ini, pembayaran digital sangat berperan penting untuk mempermudah proses pemenuhan kebutuhan. Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa

¹ Iwan Krisnadi, Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik Di Indonesia, Universitas Mercu Buana, 2018, Hal 5

menggunakan uang tunai.² Pembayaran elektronik merupakan sistem pembayaran yang menggunakan fasilitas internet sebagai sarana perantara penukaran uang.

Menurut Romney dan Steinbart dalam jurnal Hasyim M (2006) mendefinisikan bahwa :

“Sistem sebagai rangkaian dari dua atau lebih komponen-komponen yang saling berhubungan, yang saling berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Suatu sistem selalu terdiri dari beberapa sub-sistem yang lebih kecil, yang masing-masing sub-sistem melakukan fungsi khusus yang penting, untuk mendukung atau mencapai tujuan dari sistem yang lebih besar”³

Globalisasi telah memasuki era baru yang bernama Revolusi Industri 4.0. Klaus melalui The Fourth Industrial Revolution menyatakan bahwa dunia telah mengalami empat tahapan revolusi, yaitu: 1) Revolusi Industri 1.0 terjadi pada abad ke-18 dengan ditemukannya mesin uap, 2) Revolusi Industri 2.0 terjadi pada abad ke 19-20 yaitu penggunaan tenaga listrik yang membuat biaya produksi lebih murah, 3) Revolusi Industri 3.0 terjadi pada sekitar 1970an melalui penggunaan komputerisasi, dan 4) Revolusi 4.0 terjadi pada sekitar tahun 2010an melalui rekayasa kecerdasan dan internet of thing sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin Teknologi informasi yang mudah ini kini telah dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan manusia, salah satunya adalah informasi pada urusan perbelanjaan atau pemenuhan kebutuhan melalui internet. Orang-orang dalam memenuhi kebutuhannya, sekarang bisa didapatkan melalui belanja online.

² Rifqy Tazkiyyaturrohmah, “Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern”, Muslim Heritage, Vol. 3, No.1, 2018, hlm. 22

³ Hayim M, “Transformasi data akuntansi dan keuangan menuju era digitalisasi” , jurnal akuntansi politeknik negeri ujung pandang, vol .1 2013

Sistem dapat berubah-ubah seiring waktu dikarenakan sifatnya yang harus mengikuti kebutuhan para konsumennya seperti sistem pembayaran yang dimana menyangkut transaksi seperti mobile banking dimana sistem yang dirancang agar konsumen bisa dengan mudah bertransaksi secara online dan mencari dan memilih barang yang dibutuhkan melalui web belanja online dan tidak perlu mengunjungi sebuah kantor bank atau ATM sehingga dapat menghemat waktu dan energi. Kemudahan transaksi ini juga berpengaruh akan berbelanja online dimana kemudahan yang dilakukan dalam berbelanja yang bisa dilakukan dengan metode pembayaran secara m-banking. Namun dalam belanja online terdapat beberapa resiko yang harus diperhatikan, seperti resiko barang yang dipajang di toko online bisa saja spesifikasinya berbeda dengan barang yang dikirimkan, kemudian resiko mengalami penipuan dalam berbelanja jika kurang teliti dalam memilih toko yang memiliki ulasan/reputasi yang kurang baik.

Maka dari itu, sebagai konsumen harus pintar dalam memilih barang yang dibutuhkan terdahulu dari pada sifat keinginan saja dan lapar mata. Pembayaran non tunai umumnya dilakukan tidak dengan menggunakan uang sebagai alat pembayaran tetapi dengan cara transfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri. Selain itu, pembayaran non tunai juga dapat dilakukan dengan menggunakan fasilitas yang diberikan bank sebagai alat pembayaran, seperti dengan menggunakan kartu ATM, kartu debit dan uang elektronik (e-money).

Ketika sistem pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal pemindahan dana secara cepat, aman, dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi sistem pembayaran akan berkembang dengan sangat pesat disertai berbagai fasilitas kemudahan dalam melakukan transaksi. Dengan adanya sistem pembayaran non tunai ini membuat masyarakat terutama mahasiswa lebih mudah untuk bertransaksi.

Penggunaan kartu pembayaran elektronik ini terutama mobile banking merupakan pilihan bagi masyarakat, khususnya mahasiswa untuk menilai sebuah tawaran gaya hidup, menerima atau menolak sesuai dengan kebutuhan-nya. Alat pembayaran non tunai seperti kartu ATM, kartu debit dan uang elektronik (e-money) juga dapat mengatur pola hidup menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif. Adanya penggunaan kartu debit dan uang elektronik yang semakin meningkat dikalangan mahasiswa ini dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam berkonsumsi karena kemudahan dalam bertransaksi membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya.

Penelitian ini sudah pernah dilakukan sebelumnya, penelitian yang dilakukan oleh Lailatu Syifa (2019) menyatakan bahwa Ada pengaruh persepsi manfaat e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan Ada pengaruh persepsi manfaat kartu debit terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan Irna Kumala & Intan Mutia (2020) diketahui bahwa penggunaan uang elektronik dalam dompet digital memiliki pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dompet digital sebagai sarana pembayaran non tunai (cashless), yang jauh lebih mudah, aman dan efisien serta inovatif membuat

mahasiswa mudah dalam mengeluarkan uang terutama untuk transaksi retail yaitu transportasi online, pemesanan makanan di vendor yang bekerjasama dan transaksi e-commerce, Laila Ramadani (2016) menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan penggunaan kartu debit yang semakin tinggi akan meningkatkan pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan karena secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk nontunai dibanding tunai.

Mahasiswa sebagian besar masih menggantungkan biaya hidup pada orang tua mereka, disisi lain mereka tidak bisa lepas dari jerat iklan dan tawaran yang ada di lingkungan mereka.Keadaan demikian membuat banyak dari mahasiswa rela bekerja part time untuk bisa mengimbangi kondisi lingkungan teman-temannya. Namun tidak semua mahasiswa melakukan tindakan yang sama seperti diatas, banyak mahasiswa yang berasal dari keluarga menengah kebawah bekerja part time untuk bisa menyambung hidup di perantauan tanpa tergiur dengan dunia konsumtif.

Ketergantungannya mahasiswa atas uang yang diberikan orang tuanya dipengaruhi pula oleh status sosial ekonomi dari orang tua itu berasal. Semakin meningkatnya status sosial ekonomi orang tua juga akan berpengaruh terhadap besaran uang yang dikirimkan kepada anaknya, begitu juga sebaliknya. Secara langsung ini akan berpengaruh juga dengan uang yang dibelanjakan baik untuk makan maupun membeli perlengkapan kuliah. Besaran uang bulanan yang

berbeda akan membentuk pola perilaku konsumsi yang beragam satu sama lain. Ada banyak pengeluaran yang dilakukan mahasiswa selain dari konsumsi pokok berupa makanan. Mahasiswa akan mengeluarkan keperluan untuk buku, internet, fotocopy dan lainnya. Apabila konsumsi mahasiswa dikelompokkan tersendiri maka akan terdapat empat hal yakni transportasi, internet, komunikasi (pulsar) dan lain lain .mahasiswa yang tinggal terpisah dengan orang tuanya juga memiliki kebutuhan konsumsi yang berbeda. Mahasiswa yang terpisah tempat tinggal dengan orang tua memiliki pengeluaran wajib untuk membayar kos, transportasi, air, listrik, dan kebutuhan pokok sehari hari lainnya yang tentu jauh lebih besar dibandingkan mahasiswa yang masih tinggal bersama orang tuanya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Lailatu syifa (2019) dengan variabel yang digunakan yaitu kemudahan penggunaan mobile banking dan perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lailatu syifa (2019) ialah, pertama, perbedaan lokasi yang diteliti, dimana penelitian Lailatu Syifa menggunakan lokasi Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta sedangkan penelitian ini menggunakan lokasi pada Universitas HKBP Nommensen Medan Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kedua, perbedaan terletak di variabel x dimana penelitian ini merubahnya menjadi sistem informasi akuntansi dibidang mobile banking.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Dampak Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Bertransaksi”

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan suatu masalah digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Untuk mempermudah masalah yang akan dibahas dan mempermudah dalam penyusunan, maka penelitian ini melakukan batasan masalah penelitian ini hanya berfokus mengenai :

1. Perkembangan Sistem Informasi Akuntansi pembayaran
2. Berfokus hanya pada *mobile banking*
3. Hanya untuk mahasiswa program studi akuntansi Universitas HKBP Nommensen Medan

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah perkembangan sistem informasi akuntansi berdampak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam bertransaksi

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu tentang perkembangan sistem informasi akuntansi dibidang teknologi pembayaran *electronik money* seperti mobile banking serta adakah pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam bertransaksi.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sejumlah manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memperluas dan memperdalam pengetahuan penulis mengenai perkembangan sistem informasi akuntansi seperti mobile banking dan mengetahui informasi akan perilaku konsumtif mahasiswa dalam bertransaksi
- b. Memberikan informasi tentang perilaku konsumtif mahasiswa pengguna mbanking di Universitas HKBP Nommensen Medan sehingga penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian sejenis.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pembaca terkait perilaku konsumtif mahasiswa

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana untuk menambah ilmu pengetahuan dan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan perbandingan untuk kasus-kasus yang serupa

2) Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam mengetahui dampak perkembangan sistem informasi akuntansi yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Informasi Akuntansi

Sistem merupakan sekumpulan unsur atau komponen dan prosedur yang harus berhubungan erat (*interrelated*) satu sama lain dan berfungsi secara bersama-sama agar tujuan yang sama (*common purpose*) dapat dicapai.

Silaban Adanan & Meilinda dalam bukunya mengemukakan bahwa:

“Sistem adalah suatu cara tertentu dan berulang untuk melaksanakan serangkaian aktivitas.”

Sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu. Akuntansi dapat di defenisikan secara tepat dengan menjelaskan tiga karakteristik penting akuntansi yaitu pengidentifikasian, pengukuran dan pengkomunikasian informasi keuangan tentang entitas ekonomi kepada pemakai yang berkepentingan.

George H. Bodnar & Wiliams Hopwood dalam bukunya mengemukakan bahwa :

“ Sistem berbasis komputer yang dirancang untuk mentransformasi data akuntansi menjadi informasi”

Akuntansi sebagai bahasa bisnis kini banyak dipengaruhi perkembangan teknologi informasi, terlebih teknologi mutakhir mempermudah transaksi dalam jumlah besar, dan beragam dalam waktu singkat informasi keuangan dan informasi non keuangan yang semakin akurat, cepat dan terintegrasi semakin meningkatkan daya saing perusahaan dibanding kompetitor. Teknologi informasi

semakin meningkatkan kualitas informasi akuntansi sehingga beragam keputusan strategis dapat diambil dengan segera karena persaingan bisnis semakin ketat dan siklus bisnis semakin cepat.

Untuk itu mobile banking merupakan bagian dari sistem yang berupa teknologi dibidang *electric money* dimana Mobile banking adalah sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui berbagai fitur yang ada pada ponsel pintar (smartphone). Selintas layanan mobile banking ini serupa dengan layanan sms banking, namun pada kenyataannya mobile banking memiliki lebih banyak fitur dibandingkan dengan sms banking.⁴

Sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran merupakan sistem yang berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain. Media yang digunakan untuk pemindahan nilai uang tersebut sangat beragam, mulai dari penggunaan alat pembayaran yang sederhana sampai pada penggunaan sistem yang kompleks dan melibatkan berbagai lembaga berikut aturan mainnya.

Secara garis besar sistem pembayaran dibagi menjadi dua jenis, yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran non-tunai. Perbedaan mendasar dari kedua jenis sistem pembayaran tersebut terletak pada instrumen yang digunakan. Pada sistem pembayaran tunai instrumen yang digunakan berupa uang

⁴ Cermati.com, “**Mengenal Mobile Banking Apa Keunggulan Dan Kekurangannya?**”, diakses dari <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>, pada tanggal 3 september 2021

kartal, yaitu uang dalam bentuk fisik uang_kertas dan uang_logam. Sedangkan pada sistem pembayaran non- tunai, instrumen yang digunakan berupa Alat pembayaran menggunakan kartu (APMK, kartu kredit, kartu ATM/debit, dan kartu Prabayar (*prepaid*)), Cek, Bilyet Giro, Nota Debit, maupun uang elektronik.

Dengan munculnya komputer dan komunikasi elektronik sejumlah besar alternatif sistem pembayaran elektronik telah muncul. Ini termasuk kartu debit, kartu kredit, transfer dana elektronik, kredit langsung, debit langsung, internet banking dan e- commerce. Beberapa sistem pembayaran termasuk mekanisme kredit, tapi itu pada dasarnya adalah sebuah aspek yang berbeda dari pembayaran. Sistem pembayaran yang digunakan sebagai pengganti uang tunai dalam transaksi tender domestik dan internasional dan terdiri dari layanan utama yang disediakan oleh bank dan lembaga keuangan lainnya.

Sistem pembayaran Mobile banking adalah salah satu contoh dalam bentuk Sistem pembayaran yang berbentuk “Sistem” dibidang Teknologi *Mobile Phone*, dimana dalam penggunaannya nasabah hanya perlu mengunduh di playstore untuk pengguna *android* atau app store untuk pengguna ios. Dengan kemudahan yang diberikan memungkinkan nasabah untuk mudah membawanya dalam bertransaksi dan berkegiatan sehari-hari dalam setiap pembayaran transaksi.

Salah satu contoh pengguna sistem teknologi pembayaran mobile banking adalah mahasiswa. Dimana dalam setiap transaksi dengan menggunakan mobile banking dalam pembayaran pulsa, belanja, membeli token listrik, membayar air, membeli paket kuota, dan banyak hal lagi sangat memudahkan mahasiswa tanpa keluar kost atau rumah dan meminimalisir ongkos ke atm terdekat.

Hal ini juga mempunyai dampak besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam membelanjakan uang bulanan yang diberikan oleh orang tua untuk kebutuhan sehari-hari mahasiswa dalam keperluan kuliah maupun untuk belanja makanan.

2.1.1 Fungsi Sistem Informasi

Setiap organisasi yang menggunakan komputer untuk memproses data transaksi memiliki fungsi sistem informasi. Fungsi sistem informasi bertanggung jawab untuk pengolahan data. Pengolahan data merupakan aplikasi sistem informasi dalam organisasi yang telah berevolusi dari struktur organisasi sederhana yang meliputi beberapa orang saja sampai struktur yang kompleks yang meliputi banyak spesialis yang bermutu. Begitu juga dengan sistem bank yang dimana seiring waktu melakukan perubahan sistem pembayaran, perubahan ini menggantikan sistem lama yang dimana nasabahnya diwajibkan untuk datang langsung ke ATM terdekat untuk melakukan transaksi atau ke kantor bank terdekat. perusahaan biasanya melakukan perubahan pengembangan sistem mereka untuk salah satu alasan-alasan berikut ini ⁵:

1. Konsistensi

Perencanaan memungkinkan sasaran dan tujuan sistem sesuai dengan rencana strategis keseluruhan perusahaan.

⁵ Marshal B. Romney & Paul J.S , “**Accounting Information Systems**”, Jakarta, Selemba Empat edisi kedua, 2005, Hlm 273

2. Efisiensi

Sistem akan lebih efisien, subsistem akan lebih terkoordinasi, dan terdapat dasar yang baik untuk memilih aplikasi yang baru untuk pengembangan

3. Terkemuka

Perusahaan akan tetap menjadi pemimpin dalam perubahan TI yang ada.

4. Pengurangan Biaya

Duplikasi pengeluaran tenaga yang tidak perlu dan biaya serta waktu yang tidak seharusnya dikeluarkan dapat dihindari. Sistem tersebut lebih murah dan lebih mudah untuk dipelihara

5. Kemampuan Adaptasi

Pihak manajemen dapat lebih baik bersiap-siap untuk kebutuhan dimasa mendatang, dan para pegawai dapat lebih baik mempersiapkan diri atas perubahan yang akan terjadi

2.1.2 Hakekat Pengembangan Sistem

Istilah sistem informasi akuntansi mencakup aktivitas pengembangan sistem yang dapat membantu dalam hal pengembangan dan dapat menelaah pengendalian sistem informasi sebagai berikut :

1. Untuk memperbaiki kualitas informasi
2. Untuk memperbaiki pengendalian intern
3. Untuk meminimalkan biaya yang berkaitan

Tujuan-tujuan ini saling berhubungan satu sama lain. Perancangan sistem adalah proses penspesifikasikan rincian solusi yang dipilih oleh proses analisis sistem. Sistem informasi akuntansi adalah kumpulan sumber daya yang dirancang untuk mentransformasikan data menjadi informasi. Informasi ini dikomunikasikan ke beragam pemakai. Kita menggunakan istilah sistem informasi akuntansi karena mencakup siklus-siklus pemrosesan transaksi, penggunaan teknologi informasi, dan pengembangan sistem informasi.

2.2 Perilaku Konsumtif

2.2.1 Perilaku

2.2.1.1 Pengertian Perilaku

Istilah “perilaku” memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan (KBBI on-line, 2016). Sedangkan “konsumtif” memiliki arti bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (KBBI on-line, 2016). Jadi perilaku konsumtif adalah, kegiatan individu untuk mengkonsumsi suatu barang karena rangsangan.

Menurut Garry Martin dan Joseph Pear, dalam penelitian yang dilakukan Lilatu Syifa bahwa :

“perilaku (behavior) adalah apa pun yang dikatakan atau dilakukan seseorang. Secara teknis, perilaku adalah apapun aktivitas otot, kelenjar, atau aktivitas di sebuah organisme”⁶.

⁶ Garry Martin dan Joseph Pear, Modifikasi Perilaku Makna dan Penerapannya, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), edisi ke-10, hlm.3

Skinner seorang ahli, mengemukakan bahwa perilaku merupakan hasil hubungan antara perangsang (stimulus) dan tanggapan respon⁷.

Musanna (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa :

“Pada kenyataannya manusia tidak akan pernah merasa terpuaskan atas kebutuhan-kebutuhannya. Asumsi dasar dari teori ini adalah rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumen bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan sebagai pemenuhan hasrat”.⁸

Pengertian perilaku konsumtif menurut beberapa ahli di antaranya (Ghufron & Risnawita, 2011; Sarwono, 2011; Myers, 2012; Syamsu, 2012) bahwa seorang berperilaku konsumtif apabila sudah tidak bisa lagi membedakan mana keinginan dan mana kebutuhan, karena yang dipenuhi bukan lagi kebutuhan yang utama tetapi hanya ikut tren yang berkembang, menginginkan pengakuan sosial, dengan tidak peduli produk tersebut diperlukan atau tidak.

Dari beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku merupakan suatu rangsangan yang diperbuat oleh individu dan bersumber dari pada tindakan atau keinginan untuk mencapai suatu hal dalam memenuhi kebutuhan tersebut.

⁷ Notoatmodjo, Kesehatan Masyarakat Ilmu dan Seni, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), Cet. 1, hlm. 156

⁸ Musanna, dkk “**Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif Mahasiswa Terhadap Belanja Online**”, volume 3 Nomor 2, Universitas Syah Kuala, Halaman 5, 2018

2.2.1 Jenis Perilaku

Alvin Kuswanto (2020) mengungkapkan bahwa

“Perilaku manusia adalah respon terhadap stimulus yang ada”

Dan mengungkapkan bahwa jenis-jenis perilaku dibedakan menjadi 2 (2) bagian yaitu⁹ :

1. Perilaku Refleksif

Perilaku Refleksif merupakan perilaku manusia yang ditimbulkan oleh reaksi secara spontan terhadap stimulus yang ada. Maupun otomatis, yang pada hakikatnya tidak dapat dikendalikan karena perilaku ini merupakan perilaku yang alamiah.

2. Perilaku Non-Refleksif

Perilaku yang dikendalikan oleh pusat kesadaran atau otak, stimulus diterima oleh reseptor, kemudian diteruskan kepada otak untuk direspon melalui efektor. Proses yang terjadi dalam otak dinamakan proses psikologis. Perilaku ini merupakan perilaku yang dibentuk dan dapat dikendalikan, perilaku ini juga dapat berubah setiap saat sebagai hasil dari proses belajar.

⁹ Kompas.com “Jenis-Jenis Perilaku Manusia” diakses dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/01/28/202729569/jenis-jenis-perilaku-manusia> pada 3 september 2021

2.2.2 Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Perilaku konsumtif dapat membawa dampak positif dan negatif bagi konsumen serta pihak lain.¹⁰ Istilah konsumtif sering kali dikaitkan dengan aktivitas mengkonsumsi suatu barang maupun jasa secara berlebihan. Menurut Baudrillard dalam Atik Catur budiati, masyarakat consumer adalah terciptanya masyarakat yang didalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat. Pada masa tradisional, masyarakat melakukan aktifitas konsumtif untuk suatu hal yang berkaitan dengan fungsi aslinya (nilai pakai/use value) yang didapatkan langsung dari alam atau pasar tradisional. Pada masa kapitalisme, masyarakat mengkonsumsi bukan berdasarkan fungsinya (use value), melainkan nilai tukarnya (exchange value).¹¹ Maka dapat dipahami bahwa nilai tukar disini ialah seberapa mahal dan bagusnya barang tersebut sehingga konsumen ingin membelinya tanpa melihat dari fungsi barangnya.

Berbeda dengan pendapat Karl Marx tentang nilai ekonomis yang melekat pada sebuah produk, Baudrillard lebih menekankan pada persoalan konsumsinya. Menurutnya, di era kapitalisme ini yang dikonsumsi oleh masyarakat sebenarnya bukanlah barang atau produk itu sendiri melainkan sebuah tanda (pesan, citra)¹².

¹⁰ Waluyo, dkk "Ilmu Pengetahuan Sosial", diakses dari books.google.co.id Halaman 202, 1977

¹¹ Atik Catur Budiati, Jilbab Gaya Hidup Baru Kaum Hawa, Jurnal Sosiologi Islam, Vol. 1, No.1, April 2014

¹² Bagong Suyanto, Sosiologi Ekonomi, Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat PostModernisme, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.110

Orang tidak lagi mengonsumsi nilai guna tetapi nilai tanda-tandanya¹³. Artinya, sebuah barang tidak lagi dikonsumsi berdasarkan kegunaannya melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri. Misalnya, seseorang membeli pakaian apakah benar demi kebutuhannya ataukah karena didorong oleh gengsi yang mana pakaian yang dibelinya adalah gaya yang sedang tren.

2.2.3 Perilaku Konsumtif

Cahyana (1995) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengonsumsi berbagai macam barang yang merupakan sebuah keinginan. Hal ini sejalan dengan pendapat Grinder (1978), bahwa perilaku konsumtif memberikan pengertian tentang pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Servian (1983) juga mengungkapkan perilaku konsumtif menyebabkan orang selalu merasa tidak puas dan lebih peduli pada keinginannya bagaimanapun cara untuk mendapatkannya. Chita, David, dan Pali (2015), menjabarkan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang mengonsumsi tiada batas dan membeli secara berlebihan.¹⁴

¹³ George Ritzer, Teori Sosial Postmodern, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2006), hlm.115

¹⁴ S.Zahra Annisa (2018) , **“Defenisi Perilaku Konsumtif”**, diakses dari

<https://dspace.uii.ac.id> , Halaman 11, 2018

Dari pemahaman diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan untuk memperoleh sesuatu seperti barang secara berlebihan tanpa memikirkan fungsi dan kegunaan serta kebutuhan barang tersebut.

2.2.4 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam penelitian Endang, indikator perilaku konsumtif antara lain¹⁵:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Banyaknya penjualan produk yang memberikan hadiah ini menjadikan peningkatan konsumsi masyarakat, barang yang tidak dibutuhkan akan dibeli karena tawaran hadiah tersebut, karena berdasarkan psikologi seseorang akan mudah tertarik dengan hal-hal yang akan menguntungkannya.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Pada saat pemilihan produk, biasanya yang dilihat konsumen adalah kemasannya. Kemasan menjadi hal penting yang perlu disesuaikan bagi pengguna produk tersebut. Misalnya produk yang untuk pria, wanita, ibu rumah tangga, dan anak-anak, sehingga kemasan tersebut mewakili minat mereka.

¹⁵ Endang Dwi Astuti, Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah tangga di Kota Samarinda, e-Jurnal Psikologi, Vol. 1, No.2, 148-156, (Samarinda, 2013), hlm. 150-151

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Pada dasarnya seseorang memiliki ciri khas masing-masing dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan lain sebagainya agar menarik perhatian orang lain, sehingga mereka akan membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan mereka.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga.

Konsumen biasanya akan menggunakan hal yang dianggap mewah karena konsumen ini cenderung berperilaku dengan tindakan kehidupan yang mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Dengan membeli suatu barang/produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren di hadapan orang lain dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Biasanya konsumen akan meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam menggunakan sesuatu yang dipakai oleh idolanya. Maka konsumen tersebut akan memakai atau mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya.

7. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang berbeda dari produk yang sebelumnya digunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sri Hanuning, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian terbagi menjadi dua, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.¹⁶

1. Faktor Eksternal/Lingkungan

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan di mana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

1. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat (Mangkunegara, 2002:39). Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan yang paling fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang (Kotler, 2002:224).

2. Kelas sosial

Pada dasarnya manusia Indonesia dikelompokkan dalam tiga golongan (Mangkunegara, 2002:42) yaitu: golongan atas, golongan menengah, dan golongan bawah. Perilaku konsumtif antara kelompok

¹⁶ Sri Hanuning, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa”, Halaman 17-22, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2011

sosial satu dengan yang lain akan berbeda, dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif. Menurut Engel, et.al., (2010: 47), kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Mereka dibedakan status sosioekonomi yang berjajar dari yang rendah hingga yang tinggi. Status sosial kerap menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda (misalnya, merek dan model mobil yang dikendarai dan model pakaian yang disukai). Beberapa kontribusi yang paling awal terhadap studi perilaku konsumen menggunakan perbedaan kelas sosial sebagai variabel utama dalam menjelaskan perbedaan konsumen.

Kadaan ekonomi sosial keluarga yang cukup, lingkungan material yang dihadapi anak di dalam keluarga itu lebih luas, dan mendapat kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan keccakapan yang tidak dapat dikembangkan bila tidak ada prasarananya. Orang tua dapat mencurahkan perhatian yang lebih bendalam pada pendidikan anak- anaknya apabila tidak dibebani dengan masalah-masalah kebutuhan primer kehidupan manusia (Gerungan, W.A., 2004: 78)

3. Keluarga

Sangat penting dalam perilaku membeli karena keluarga adalah pengaruh konsumsi untuk banyak produk. Selain itu keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang

perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli (Mangkunegara, 2002:44). Peranan setiap anggota keluarga dalam membeli berbeda-beda menurut barang yang dibelinya. Menurut Engel, *et.al.*, (2010: 47), keluarga kerap merupakan unit pengambilan keputusan utama, tentu saja dengan pola peranan dan fungsi yang kompleks dan bervariasi

2. Faktor Internal

Faktor internal ini juga terdiri dari dua aspek, yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

1. Faktor psikologis, juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Kotler, 2002:238), diantaranya:

Motivasi,

Dapat mendorong karena dengan motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, barang/jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.

Persepsi.

Berhubungan erat dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan orang tersebut bertindak secara rasional.

Sikap pendirian dan kepercayaan.

Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan pada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

2. Faktor Pribadi, menurut Kotler (2002:232) keputusan untuk membeli sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu :

Usia,

pada usia remaja kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Tambunan (2001:1) menambahkan bahwa remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumsinya. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

Keadaan Ekonomi.

Orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.

Kepribadian.

Kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari tipe kepribadian tersebut.

Jenis kelamin.

Jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan pria (Tambunan, 2001:3)

Sedangkan menurut Ade Maninda, dkk dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut¹⁷ :

1. Faktor Internal

Adapun faktor internal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut :

¹⁷ Ade maninda, dkk “**Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**”, Universitas Halu Oleo Kendari, Volume 3 Nomor 2, Halaman 438-439, 2018

a. Motivasi Belanja

Motivasi belanja merupakan dorongan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dimana kebutuhan konsumsi harus terpenuhi agar terjadi keseimbangan. Namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, tetapi saat ini apabila dilihat dari kaca mata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi yang di maksud yaitu konsumsi kepuasan dan keinginan. Hal ini nampak pada perilaku mahasiswa Program Studi Akuntansi dalam aktivitas belanja online dimana saat ini ketika belanja mahasiswa lebih condong pada keinginan belanja produk-produk online yang disukainya dan tidak lagi didasarkan atas kebutuhan.

b. Persepsi mengenai Belanja Online

Media belanja online saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola konsumsi mahasiswa khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi, dimana mahasiswa menganggap bahwa belanja online merupakan media yang memudahkan dalam pemenuhan konsumsi, sehingga mahasiswa tidak perlu keluar rumah untuk ke mall, tidak perlu biaya ongkos karena

juga faktor kesibukan atau banyaknya aktivitas kampus sehingga mereka tidak sempat, jadi mahasiswa lebih memilih belanja online sebagai alternative belanja mereka. Mahasiswa menganggap banyak manfaat yang diperoleh dari belanja Online seperti kemudahan serta kenyamanan dalam belanja, sehingga keinginan untuk belanja barang-barang Online terus ada.

2. Faktor Eksternal

Adapun faktor Eksternal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut :

a. Kebiasaan Masyarakat

Kebiasaan adalah tindakan yang lazim atau umum yang dilakukan oleh masyarakat, dimana kebiasaan pada masyarakat menjadi faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Terkait dengan kebiasaan atau gaya hidup masyarakat dengan aktivitas yang dilakukannya, seperti dalam hal belanja online. Belanja online sudah dapat dikatakan sebagai kebiasaan masyarakat dewasa ini. Hal ini tercermin pada perilaku masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan konsumsinya. Dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan, belanja secara Online dinilai lebih praktis dan efisien sehingga masyarakat saat ini cenderung menggunakan sistem belanja

Online dalam belanja, hal ini yang memberikan pengaruh kepada orang lain khususnya mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik untuk ikut melakukan aktivitas belanja secara Online.

b. Kelompok Pertemanan

Kelompok pertemanan merupakan tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka. Dalam interaksi lingkup pertemanan dan persahabatan berpengaruh dalam pembentukan kepribadian, identitas serta gaya hidup seseorang. Dalam aktivitas belanja online, mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik saat ini cenderung memiliki teman yang hobi belanja sehingga hal ini dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya. Hobi belanja ini timbul karena mengikuti teman-teman. Setiap kali melihat teman mempunyai barang baru, maka mahasiswa akan ikut membelinya. Oleh sebab itu kelompok pertemanan menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk ikut serta dalam aktivitas belanja online

2.2.6 Perilaku Konsumen

Berikut merupakan beberapa pendapat ahli tentang perilaku konsumen:

- a. Menurut Hawkins, Best dan Coney Merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok atau organisasi melakukan proses pemilihan, pengamanan, penggunaan dan penghentian produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya terhadap konsumen dan masyarakat.¹⁸
- b. Menurut J.F Engel pengertian perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan, persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.¹⁹
- c. Menurut Soeharno pengertian perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen akan menanggapi atau akan merespons bila terjadi perubahan harga atas suatu permintaan barang atau jasa yang diperlukan.²⁰

Dari beberapa definisi perilaku konsumen di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah aktivitas yang dilakukan dalam proses yang berhubungan dengan pencarian, penentuan, penggunaan serta pengevaluasian produk untuk mendapatkan keputusan dalam pembelian.

¹⁸ Indah Wahyu, “**Perilaku Konsumen**”, Cv. Pustaka Begawan, Halaman 72, 2017

¹⁹ Hani Handoko dan Basu Swasta, Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen, (Yogyakarta: BPEE, 2000), 10.

²⁰ Soeharno, Ekonomi Manajerial, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), 41.

2.2.7 Model perilaku konsumen

Perlu dipahami terdapat dua komponen yang merangsang respon konsumen. Pertama adalah karakteristik pembeli yang meliputi faktor budaya, sosial, personal dan psikologi yang mempunyai pengaruh utama terhadap rangsangan pembeli. Kedua adalah proses yang mempengaruhi hasil keputusan, meliputi aktifitas pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan dan perilaku setelah pembelian.²¹

Terdapat dua cara konsumen dalam melakukan pembelian, antara lain sebagai berikut:

a. Konvensional

Toko konvensional adalah toko yang dapat terlihat secara fisik, dimana pembeli dapat datang langsung untuk melihat, memilih dan membeli barang atau jasa yang mereka butuhkan. Pembayaran juga dapat dilakukan pada saat itu juga tanpa melalui perantara²²

b. Online

Istilah online shop atau toko online adalah berbelanja melalui internet. Online shop memiliki sebuah tempat untuk menggelar,

²¹ Tatik Suryani, "Perilaku Konsumen, Implikasi pada Strategi Pemasaran", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), Edisi pertama, hlm. 10-11

²² Meiry, Raihan, dkk, "Analisis Perbandingan Loyalitas Konsumen terhadap Toko Online dan Toko Konvensional", Artikel Ilmiah Universitas Trunojoyo, Madura

memamerkan, menampilkan barang dagangan yang terhubung dengan jaringan internet²³.

Bisa diartikan bahwa berbelanja online adalah membeli barang atau jasa melalui internet. Online shop atau belanja online via internet adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka antara penjual atau pembeli secara langsung. Online shop bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan belanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat.²⁴ Pada online shop konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto bahkan video.

Menurut Wicaksono, kelebihan toko online dibandingkan dengan toko konvensional adalah:

- 1) Modal untuk membuka toko online relatif kecil,
- 2) tingginya biaya operasional sebuah toko konvensional,
- 3) toko online buka 24 jam dan dapat diakses dimana saja,
- 4) konsumen dapat mencari dan melihat katalog produk dengan lebih cepat,
- 5) konsumen dapat mengakses beberapa toko online dalam waktu bersamaan.²⁵

²³ Haning Dwi, **“Online Shop sebagai Cara Belanja di Kalangan Mahasiswa UNNES”**, Jurnal Skripsi Sosiologi dan Antropologi UNNES, (Semarang, Juli 2013), hlm. 6

²⁴ Chaca Andira Sari, **“Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Antropologi”** Universitas Airlangga, Jurnal AntroUnairdotNet, Vol. IV No. 2, (Juli 2015), hlm. 208

²⁵ *Ibid* hlm.209

2.3 Mobile Banking (M-Banking)

Mobile Banking (M-Banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi. Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada. Sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membuat suatu inovasi baru dengan meluncurkan *mobile banking*.

Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *mobile banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun bagi para nasabah seperti mahasiswa pengguna *mobile banking*. Secara konseptual, *mobile banking* terdiri dari tiga inter-relasi, yakni *mobile accounting*, *mobile brokerage*, dan *mobile jasa informasi keuangan*.

Jenis-jenis pelayanan termasuk dalam kategori *accounting*, dan *brokerage* yang merupakan transaksi dasar. Jasa non-transaksi dasar merupakan hal yang esensial bagi sebuah instansi adalah mobile jasa informasi keuangan yang memuat jenis-jenis informasi keuangan pihak instansi tersebut.²⁶

Mobile Banking adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang merupakan layanan informasi perbankan *via wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi *smartphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan *mobile banking*, nasabah tidak perlu ke ATM atau pun ke bank untuk melakukan transaksi perbankan seperti mentransfer uang, cek saldo ataupun pembayaran tagihan-tagihan (kecuali penarikan uang tunai). Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan yang ditawarkan pihak bank dalam memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi secara *online* terlebih bagi mereka yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi.

Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan *handphone* jenis apapun.²⁷ Penerapan teknologi sistem informasi seluruh bank, baik bank konvensional maupun bank syariah di dunia berpacu meningkatkan efisiensi dan produktivitas dengan

²⁶ Dara saputri, "Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Penggunaan Mobile Banking", Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Raden Intan, Lampung, Halaman 61, 2017

²⁷ Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu , 2011), h. 130

memperbaiki kinerja operasionalnya dan pengelolaan manajemennya dengan penerapan teknologi mutakhir.

Beberapa kemajuan teknologi sistem informasi yang saat ini sangat berpengaruh dan memungkinkan tetap bertahan hingga dekade mendatang adalah layanan jasa perbankan berbasis internet (*Internet Banking/Web Banking*) dan layanan jasa perbankan berbasis teknologi telepon seluler (*Mobile Banking*) baik dengan dukungan teknologi *Wireless Application Protocol* (WAP) maupun dengan dukungan *Sort Message Service* (SMS).

Penerapan teknologi informasi tersebut mampu meningkatkan jasa layanan perbankan kepada nasabah dan dapat memberikan *Delivering Value* yang lebih tinggi kepada nasabah. Berbagai kemajuan teknologi sistem informasi ini harus terus dipantau arah dan kemungkinan penerapannya dalam layanan perbankan, penerapan teknologi sistem informasi menjadi semakin penting bagi kelangsungan usaha suatu bank, mengingat bank-bank diseluruh dunia saat ini tengah berpacu untuk menerapkan berbagai kemajuan teknologi sistem informasi.²⁸

Layanan *mobile banking* memiliki kelebihan dibandingkan internet banking karena relative mudah dalam mendapatkan konektivitas, sedangkan untuk internet banking tidak semua tempat ada jaringan internet. Hal ini memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan sehingga menghemat banyak waktu. Fitur yang sederhana membuat *mobile banking* melalui ponsel sangat mudah untuk dimengerti, semua instruksi diberikan secara mudah dan rinci

²⁸ Ahmad Ifham Sholihin, *Ekonomi Syariah*. h. 488.

sehingga efektif dari segi biaya. Selain itu fasilitas *mobile banking* mempunyai biaya yang rendah dibandingkan online banking.²⁹

Beberapa hal yang perlu diperhatikan demi keamanan transaksi *mobile banking*:

Wajib mengamankan personal identification number (PIN) *mobile banking*.

1. Bebas membuat PIN sendiri dan segera melakukan perubahan PIN jika diketahui oleh orang lain.
2. Bilamana SIM Card GSM anda hilang atau dicuri dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beritahukan bank yang terdekat atau segera telepon ke call center bank tersebut.³⁰

2.3.1 Keunggulan dan Kelemahan Mobile Banking

Adapun sistem yang di racang pastilah mempunyai kelebihan dan kekurangan seperti halnya dengan aplikasi mobile banking, untuk itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Serli Marisa mengungkapkan bahwa banyak nasabah memilih menggunakan mobile banking karena mempermudah transaksi, seperti aktivitas transfer uang, karena nasabah hanya perlu menggunakan aplikasi di smartphone. Berbeda dengan layanan elektronik sebelumnya, nasabah harus pergi ke bank untuk mengisi formulir

²⁹ <https://www.Cermati.com/artikel/mengenal-mobile-banking-apa-keunggulan-dan-kekurangannya>. Diakses tanggal 6 september 2021

³⁰ Ikatan bankir Indonesia, “*Mengenal Operasional Perbankan 1*”, (PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014), h. 59.

pengiriman uang, dan mereka juga harus mengantri, sebaliknya, penggunaan layanan mobile banking lebih praktis.

Berikut ini adalah beberapa keunggulan menggunakan layanan mobile banking, yaitu:

1. Layanan 24 jam

Pengguna dapat melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun, dalam keadaan darurat tentunya layanan ini sangat dibutuhkan. Misalnya dalam berbelanja, jika Anda tidak memiliki cukup waktu untuk pergi ke pusat perbelanjaan, Anda dapat berbelanja secara online, namun lebih murah menggunakan aplikasi mobile banking.

2. Bisa menyimpan data transfer

Umumnya aplikasi mobile banking menyediakan fungsi untuk menyimpan nomor rekening target untuk transfer antar rekening atau ke bank lain. Dengan fungsi tambahan ini, pengguna tidak perlu menulis ulang akun yang diharapkan, untuk transaksi selanjutnya cukup pilih daftar transaksi.

3. Mudah digunakan

Interface atau antarmuka dari mobile banking dirancang sangat sederhana untuk membantu pelanggan menggunakannya dengan lebih mudah. Semua instruksi juga diberikan secara sederhana dan detail agar lebih efektif dibandingkan online banking lainnya.

4. Dapat mengetahui info produk terbaru bank terkait Keunggulan layanan mobile banking lainnya adalah menyediakan fitur informasi perbankan. Melalui fitur ini, pengguna dapat menemukan penawaran menarik dari bank, seperti promosi, diskon produk bank terbaru.
5. Transaksi lebih aman Mobile banking menggunakan dua sistem keamanan yaitu password dan PIN yang digunakan untuk masuk ke akun m-banking (jika pengguna ingin melakukan transaksi). Jika PIN atau kata sandi tidak cocok, mobile banking akan diblokir secara otomatis. Tidak hanya itu, ketika ada aktivitas di akun pelanggan, baik itu penyetoran, penarikan atau transfer antar akun, biasanya pengguna menerima SMS. Dengan cara ini, dari segi keamanan, layanan ini dianggap cukup aman.

Kelemahan dari mobile banking adalah karena mobile banking merupakan aplikasi di telepon seluler, tidak dapat menarik uang atau menarik uang tunai. Selain itu, beberapa bank masih sangat kesulitan karena harus memasukkan PIN yang dikirimkan ke nomor ponsel yang terdaftar, kemudian tetap harus memasang ponsel dengan kartu SIM yang terdaftar.

Kerugian umum lainnya adalah ketersediaan jaringan seluler dari operator terkait. Jika ada titik kosong atau jaringan tidak tersedia, layanan mobile banking tidak dapat diselesaikan. Ini sebenarnya bukan tanggung

jawab bank, melainkan tanggung jawab operator seluler dan penyedia internet yang digunakan pelanggan untuk mengakses layanan mobile banking.

Vankatesh dalam Rahmad et al., (2017: 38) membagi dimensi kemudahan sebagai berikut³¹:

- a. Interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable).
- b. Berinteraksi dengan sistem tidak membutuhkan banyak usaha (does not require a lot of mental effort).
- c. Sistem yang mudah digunakan (easy to use).
- d. Mudah untuk mengoperasikan sistem sesuai dengan keinginan pribadi (easy to get the system to do what he/she wants to do).

Indikator penggunaan mobile banking menurut (Davis, 1989), adalah³²:

1. Aplikasi mudah digunakan
2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja
3. Murah
4. Aman
5. Dapat diandalkan (reliable)

³¹ Serli Marissa, “**Pengaruh Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Dengan Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Sebagai Variable Moderating**”, Universitas Agama Islam Negeri Salatiga, Halaman 23,2020

³² *Ibid*, Hal 28

Bagi seseorang di era teknologi sekarang ini, akses fasilitas untuk memperoleh informasi keuangan dan melakukan transaksi online sangat penting terutama bagi mereka yang memiliki mobilitas yang tinggi, oleh karena itu mobile banking sangat membantu dalam meningkatkan kinerjanya.

2.3.2 Kualitas Layanan *M-Banking*

Menurut Gummesson dan Lovelock dalam (Wardhana, 2015: 276) dari kualitas layanan mobile banking, dapat dilihat faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking oleh konsumen yaitu:

1. *Speed*

yaitu kecepatan dan kemudahan layanan mobile banking nasabah.

2. *Security*

yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan m-banking. Transaksi melalui mobile banking sangat aman, karena sebelum mengaktivasi nasabah, rekening nasabah harus didaftarkan melalui ATM atau cabang terdekat. Dari segi keamanan, sistem keamanannya standar, yaitu pemilik mobile banking harus memasukkan kode PIN yang 29 diberikan saat melakukan transaksi. Selain itu, karena jaringan mobile banking menggunakan sistem keamanan ganda atau berlapis, jaringan mobile banking lebih aman daripada internet banking.

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai dampak Dampak Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiwa/i Universitas HKBP Nommensen Medan) yang memang sudah beberapa kali dilakukan penelitian dengan lokasi yang berbeda-beda. Seperti yang dilakukan oleh Musanna mengemukakan bahwa penggunaan teknologi mengambil peran besar dalam mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan belanja online.

Laila Ramadani (2016) menyatakan Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Malang angkatan 2014. Hal ini dikarenakan penggunaan kartu debit yang semakin tinggi akan meningkatkan pengeluaran konsumsi mahasiswa. Hal ini disebabkan karena secara psikologis seseorang akan lebih mudah mengeluarkan uang dalam bentuk nontunai dibanding tunai. Lailatu syifa (2019) mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0.977 sehingga dapat disimpulkan bahwa jika variabel kemudahan penggunaan mobile banking mengalami peningkatan sebesar 1%, maka perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta akan mengalami peningkatan sebesar 97,7%.

Dwi & Ria Susant (2020) disimpulkan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI tetapi memiliki

korelasi yang rendah dengan kontribusi penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 10,56% dan sisanya sebesar 89,44% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini berarti bahwa penggunaan uang elektronik dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada diri mahasiswa. Penggunaan pembayaran non-tunai dapat menyebabkan pengeluaran konsumsi mahasiswa juga semakin meningkat. Penggunaan uang elektronik memiliki kemudahan dan kecepatan sehingga penggunaannya semakin meningkat di kalangan mahasiswa. Oleh sebab itu, penggunaan uang elektronik dapat memengaruhi sifat konsumtif mahasiswa.

2.5 Kerangka Berfikir Dan Hipotesis

2.5.1 Kerangka Berfikir

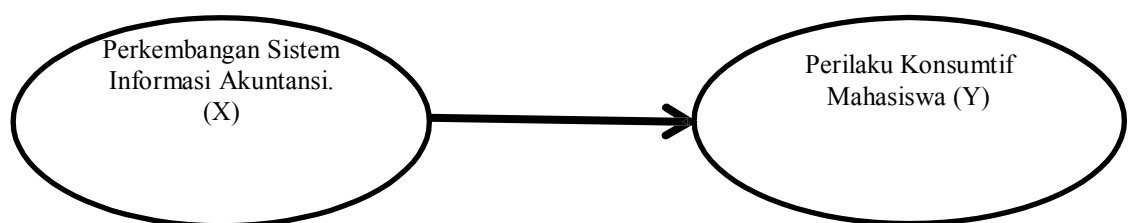
Semakin luasnya perkembangan sistem pembayaran di era digital, mampu mengubah gaya transaksi di kalangan modern, yang mengubah sistem pembayaran dari tunai menjadi non-tunai. Di masa sekarang ini, pengguna aplikasi pembayaran non-tunai sudah marak digunakan di kalangan masyarakat termasuk mahasiswa program studi akuntansi Universitas HKBP Nommensen Medan yang melakukan transaksi baik itu tunai maupun non-tunai. Mahasiswa yang menggunakan mobile-banking sebagai alat sistem informasi akuntansi atas transaksi pembayaran pasti memiliki pengetahuan dalam penggunaannya dan pengoperasiannya di telepon pintar masing-masing.

Memiliki pengetahuan tersebut, akan melakukan praktik dalam pengkonsumsian mahasiswa dalam berbelanja atau melakukan pembayaran mahasiswa, bisa bersifat positif maupun negatif tergantung dari sipenggunanya. Penelitian yang dilakukan oleh Lailatu Syifa (2019) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan mobile banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga terdapat dugaan bahwa dalam kemudahan penggunaan mobile banking sebagai alat pembayaran berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas dapat digambarkan suatu skema kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Dampak Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Bertransaksi



2.5.2 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran bagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi.

Menurut Sugiono (2014: 64), :

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”³³

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah apakah Sistem Informasi Akuntansi Berdampak Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Bertransaksi.

³³ Sugiono, 2014 Metodologi Penelitian Bisnis dan Hipotesis, Jakarta: Gramedia, hal 64

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan waktu Penelitian

Penelitian ini memiliki jenis data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yakni Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas HKBP Nommensen Medan

Waktu yang digunakan peneliti ini untuk penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal dikeluarkannya ijin penelitian dalam kurun waktu kurang lebih 4 (empat) bulan, 1 bulan pengumpulan data dan 3 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut sanusi (2012:87) bahwa:

“Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri – ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan”³⁴

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 Program Studi Akuntansi Universitas HKBP Nommensen Medan yang menggunakan *mobile banking*.

³⁴ Anwar Sanusi, 2012, Metodologi Penelitian Bisnis, Jakarta: Salemba Empat, hal 87

3.2.2 Sampel

Menurut Sanusi, bahwa :

“ Sampel adalah bagian dari elemen – elemen populasi yang terpilih.”

Teknik pengambilan sampel berdasarkan purposive sampling yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu.

Menurut Ulwan, bahwa:

“Purposive sampling adalah pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan”

Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Mahasiswa aktif Universitas HKBP Nommensen Medan

Mahasiswa yang menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam ponsel pintar mereka

Pernah menggunakan atau bertransaksi secara elektronik menggunakan *mobile banking*

Alasan digunakan pengambilan sampel dengan kriteria tersebut adalah karena mahasiswa yang menggunakan aplikasi M-Banking telah memahami bagaimana kemudahan maupun kekurangan dalam bertransaksi sehari-hari penggunaannya.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari jawaban kuesioner mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi Literatur

Secara umum, literatur digunakan dalam mengidentifikasi hasilhasil penelitian terdahulu dengan berbagai temuan yang telah ditemukan atau yang belum ditemukan terkait dengan fenomena atau situasi khusus yang akan diteliti. Dari aspek waktu, literatur-literatur yang ada tersebut dapat ditinjau ulang sebelum, selama, dan setelah dilakukannya suatu penelitian.

2. Kuesioner

Yaitu dengan memberikan angket yang berisi daftar pertanyaan/pernyataan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam hasil pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

Data kuisisioner diambil dari penelitian Lilatu Syifa dengan skala pengukuran yang digunakan untuk variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rincian sebagai berikut:

Angka 1 = Sangat Tidak Setuju

Angka 2 = Tidak Setuju

Angka 3 = Netral

Angka 4 = Setuju

Angka 5 = Sangat Setuju

3.4 Variabel Penelitian dan Devenisi Operasional

3.4.1 Varabel Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, untuk melihat Dampak Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa maka variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini melibatkan 2 (dua) variabel yang terdiri atas 1 (satu) variabel dependen dan 1 (satu) variabel independen.

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempegaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).³⁵ Dalam penelitian ini memiliki satu variabel independen yaitu Sistem Informasi

³⁵ Sugiyono, hlm. 96,

Akuntansi Pengeluaran kas mobile banking (X) yaitu transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat mobile dimana pada umumnya berupa ponsel atau smartphone yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah.

2. Variabel Dependen (terikat)

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas³⁶. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Perilaku konsumtif yaitu perilaku mengkonsumsi suatu barang dengan tidak melihat kegunaan maupun kebutuhan, namun hanya untuk pemenuhan keinginan mencoba sesuatu yang baru dengan membeli produk secara berlebihan

3.4.2 Defenisi Operasional

Definisi operasional merupakan satu definisi dari variabel-variabel yang akan diteliti dengan mengspesifikasikan untuk mengukur variabel tersebut. Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Yaitu transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat mobile yang umumnya berupa ponsel atau smartphone yang diperoleh dari Kemudahan yang dapat membantu mempercepat kegiatan transaksi pengguna mobile banking

³⁶ 78 Sugiyono, hlm. 97

Perilaku Konsumtif yaitu perilaku mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa memikirkan barang tersebut dibutuhkan atau tidak. Didalam penelitian ini yang dimaksud adalah apakah mahasiswa itu membeli suatu barang atau produk tidak sesuai dengan kebutuhannya atau sesuai dengan kebutuhannya.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Iqbal Hasan (2001:7) menjelaskan bahwa statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan data dan penyajian data sehingga mudah dijangkau. Statistika deskriptif hanya berhubungan dengan hal menguraikan atau memberikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan. Dengan kata lain statistika deskriptif berfungsi keadaan, gejala, atau masalah dijelaskan. Penarikan kesimpulan pada statistika deskriptif (jika ada) hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada.³⁷ Statistik deskriptif yang digunakan adalah menganalisis data terendah, nilai tertinggi, rata-rata nilai dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

a. uji Validitas

uji validitas digunakan untuk menguji apakah pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa saja yang akan diukur.

³⁷ Statistik ceria “**Analisis Deskriptif**”, <https://statistikceria.blogspot.com/2012/01/teori-analisis-deskriptif.html> diakses pada 9 september 2021

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *product moment* yakni dengan membandingkan antara r tabel dengan r hitung,

jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Menurut Arikunto (2016), suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila koefisien korelasi product moment melebihi 0.5

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Penelitian ini menggunakan alpha cronbach dimana suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya pengujian hipotesis, terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik. Untuk menyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linier dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian asumsi normalitas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S), data dinyatakan normal apabila koefisien Asymp Sig (2-tailed) lebih besar dari signifikan 0,05.

b. Uji Heteroskedastisitas

Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas penelitian ini menggunakan uji Glejer. Metode Glejer dilakukan dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel bebas. Model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel bebasnya terhadap nilai absolute residual lebih besar 0,05.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier. Hipotesis pada uji linieritas adalah:

Ho: Data kelompok A dengan kelompok B tidak berpola linier

Ha: Data kelompok A dengan kelompok B berpola linier

Cara pengambilan keputusan uji linieritas pada penelitian ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_a diterima
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_o ditolak

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Uji statistik (t)

menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan α sebesar 5%, yaitu dengan membandingkan p-value. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Apabila $p\text{-value} > 5\%$, maka hipotesis ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Apabila $p\text{-value} < 5\%$, maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.6.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikatnya.³⁸

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen³⁹.

³⁸ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 126

³⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang: UNDIP, 2016), edisi ke-8, hlm. 95