

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
DALAM PENGGUNAAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY  
PAYMENT* (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUMATRA  
UTARA MEDAN)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**FADYA SALSABILA  
208320192**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/24

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN  
RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA  
DALAM PENGGUNAAN APLIKASI *FINANCIAL TECHNOLOGY  
PAYMENT* (STUDI KASUS MAHASISWA MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SUMATRA  
UTARA MEDAN)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area



**OLEH:**

**FADYA SALSABILA  
208320192**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Technology Payment* (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan)

Nama : Fadya Salsabila

NPM : 208320192

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembanding

( Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si )  
Pembimbing

( Dr. Wan Suryani, SE, M.Si )  
Pembanding

Mengetahui :

( Ahmad Rafli, BBA, Mngt, P.hD, CIMA )  
Dekan

( Fitriani Tobing, SE.M.Si )  
Ka. Prodi

Tanggal Lulus : 27 September 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/11/24

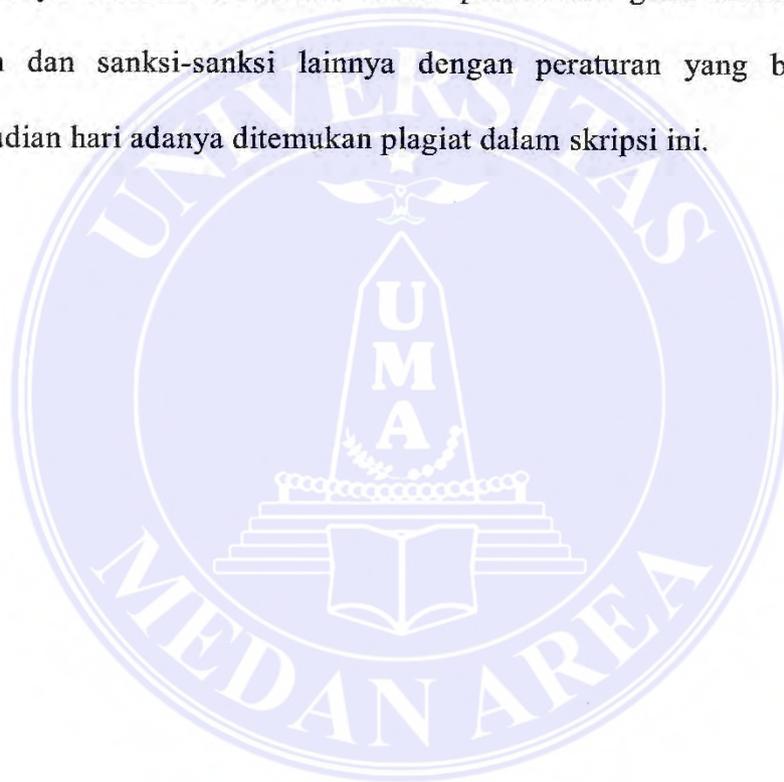
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/24

### HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulis ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 9 Oktober 2024



Fadya Salsabila  
208320192

**HALAMAN PERTANYAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya bertandatangan dibawah ini:

Nama : Fadya Salsabila  
NPM : 208320192  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas *Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)* atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Technology Payment* (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan). Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 9 Oktober 2024  
Yang Menyatakan,



Fadya Salsabila  
208320192

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/24

## RIWAYAT HIDUP



Nama	Fadya Salsabila
NPM	208320192
Tempat, Tanggal Lahir	Yogyakarta, 22 Desember 2002
Nama Orang Tua :	
Ayah	Edy Yusuf S,IP M,SI
Ibu	Wisfa N Lubis
Riwayat Pendidikan:	
SD	SD Swasta Al-Ulum Medan
SMP	SMP Swasta Al-Ulum Medan
SMA	SMA Swasta Al-Ulum Medan
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2020 penulis terdaftar sebagai mahasiswa program studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
No. HP/WA	081929734450
Email	<a href="mailto:fadyasalsabila22@gmail.com">fadyasalsabila22@gmail.com</a>

## **ABSTRACT**

*This research aims to determine "The Influence of Perceived Ease of Use and Risk on Consumptive Behavior in Using Financial Technology Payment Applications. Case Study Management Students at UINSU Medan". Financial Technology Payment is a type of ewallet found on smartphones. The convenience factor is a trigger for users because the usefulness and ease of making transactions using electronic money will make it easier for someone to spend their money. However, despite the convenience provided, this does not mean that fintech is free from risks such as fraud, theft of funds, misuse of client data and forged digital signatures. The consumptive behavior factor is a trigger for users to fulfill all their self-satisfaction in terms of purchases and payments because the ease of using fintech payments currently makes students become consumptive to fulfill all their self-satisfaction and not save which will have a negative impact on personal finances. The population in this study was 228 UINSU Medan management students with a total sample of 69 respondents using a purposive sampling technique. The analysis techniques used in this research are multiple linear regression, partial test (t test), simultaneous significance test (f test) and coefficient of determination. The results of this research show that perceived ease of use has a positive and significant effect on consumptive behavior, risk has a negative and significant effect on consumptive behavior and perceived ease of use and risk simultaneously have an effect on the consumptive behavior of UINSU Medan Management Students.*

**Keywords: Perception of Ease of Use, Risk, Consumptive Behavior and Financial Technology Payment**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Penggunaan Aplikasi Financial Technology Payment Studi Kasus Mahasiswa Manajemen UINSU Medan”. Yang mana *Financial Technology Payment* merupakan jenis ewallet yang terdapat pada smartphone. Factor kemudahan menjadi pemicu bagi para pengguna karena dengan adanya kemanfaatan dan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan uang elektronik akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya. Namun dibalik kemudahan yang diberikan, tidak berarti *fintech* bebas dari risiko seperti penipuan, pencurian dana, penyalahgunaan data klien, dan tanda tangan digital yang dipalsukan. Faktor perilaku konsumtif menjadi pemicu bagi para pengguna untuk memenuhi segala kepuasan dirinya dalam hal pembelian maupun pembayaran karena mudahnya penggunaan *fintech payment* saat ini membuat mahasiswa menjadi konsumtif untuk memenuhi segala kepuasan diri dan tidak menabung yang akan berdampak buruk terhadap keuangan pribadi. Adapun populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa manajemen UINSU Medan sebanyak 228 Mahasiswa dengan total sampel yang digunakan sebanyak 69 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji signifikansi simultan (uji f) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan persepsi kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh serempak terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Manajemen UINSU Medan.

**Kata kunci : Persepsi Kemudahan Penggunaan, Risiko, Perilaku Konsumtif dan *Financial Technology Payment***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah **“Pengaruh Perspsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Technology Payment* (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negri Sumatra Utara Medan)”**.

Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan kali ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area, atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan kepada kami untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, MMgt., P.hD,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Universitas Medan Area
4. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian telah memberikan dorongan, bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini selesai.

5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dosen Pembanding dalam penelitian saya ini.
6. Bapak Alfifto, SE, M.Si selaku Dosen Sekertaris dalam penelitian saya ini.
7. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
8. Kepada Seluruh Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, semoga selalu sabar dalam mengarahkan mahasiswa/i menyelesaikan urusan selama mengikuti kuliah.
9. Kepada dua orang yang sangat berjasa dalam hidup penulis yaitu kedua orang tua tercinta dan teristimewa Ibu Wisfa N Lubis dan Ayah Edy Yusuf SIP M.Si, tiada henti-hentinya memberikan doa, dukungan, perhatian dan dorongan moril maupun materil kepada penulis.
10. Kepada keluarga tersayang yaitu Abang Luthfan Farandy dan Kakak Difanny Ariqah S.S, yang telah memberikan perhatian dan kasih sayang selama penulis menulis skripsi.
11. Kepada Dito Alfito Nasution Amd.T, terimakasih sudah menemani, mendukung dan memberi perhatian selama penulisan skripsi ini berlangsung.
12. Kepada teman seperjuangan Listi Adella Wardani, Annisa Raudhatul Jannah dan Hilfa Aulia Rahma, yang telah menemani dan membantu penulis selama penulisan skripsi.

13. Kepada Riri Syahrani, Azzura Azzahra, Fadhilah Audy Ubay dan Rakha Arkananta Rangkuti, yang telah membantu serta memberi dukungan kepada penulis.
14. Dan kepada semua yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas skripsi ini. Penulis berharap tugas skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Medan, 9 Oktober 2024

Fadya Salsabila  
208320192

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1 Landasan Teori .....	12
2.1.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	12
2.1.2 Risiko .....	16
2.1.3 Perilaku Konsumtif.....	20
2.1.4 Financial Technology Payment .....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian .....	29
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b> .....	31
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 Objek dan Waktu Penelitian.....	31
3.2.1 Objek Penelitian.....	31
3.2.2 Waktu Penelitian.....	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	34
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	36
3.7 Metode Analisis Data.....	37
3.8 Pengujian Instrumen .....	38
3.8.1 Uji Validitas.....	38
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	39
3.9 Uji Asumsi Klasik .....	40

3.9.1 Uji Normalitas Data .....	40
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	41
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas .....	42
3.10 Uji Statistik.....	42
3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	42
3.11 Uji Hipotesis.....	43
3.11.1 Uji Parsial (Uji t).....	43
3.11.2 Uji Simultan (Uji f) .....	43
3.11.3 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil penelitian.....	45
4.1.1 Gambaran Umum.....	45
4.1.2 Deskripsi Data Penelitian .....	46
4.1.3 Karakteristik Responden .....	47
4.1.4 Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.1.5 Teknis Analisis Data .....	59
4.2 Pembahasan.....	69
4.2.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Perilaku Konsumtif.....	69
4.2.2 Pengaruh Risiko terhadap Perilaku Konsumtif .....	71
4.2.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Perilaku Konsumtif.....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
5.1 Kesimpulan .....	74
5.2 Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>80</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Penggunaan Fintech Payment .....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Rincian Waktu Penelitian .....	32
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 3 Bobot Nilai Angket .....	37
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas .....	38
Tabel 3. 5 Hasil Uji Realibilitas .....	40
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	48
Tabel 4. 3 Identitas Responden Berdasarkan Aplikasi Fintech Yang Digunakan .....	49
Tabel 4. 4 Skor Angket untuk Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) .....	50
Tabel 4. 5 Skor Angket untuk Variabel Risiko (X2) .....	53
Tabel 4. 6 Skor Angket untuk Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov .....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Hasil Prasurvei Penggunaan Aplikasi Fintech Payment .....	5
Gambar 1. 2 Grafik Hasil Prasurvei Kemudahan Penggunaan .....	7
Gambar 1. 3 Grafik Hasil Prasurvei Keputusan Responden .....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Histogram.....	61
Gambar 4. 2 Hasil Uji Probability Plot.....	62
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	79
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	83
Lampiran 3 Output Hasil Pengelolaan Data SPSS .....	89
Lampiran 4 Distribusi $r$ tabel .....	96
Lampiran 5 Distribusi $t$ tabel .....	97
Lampiran 6 Distribusi $f$ tabel .....	98
Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian.....	99
Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Riset .....	100



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini teknologi di seluruh dunia, terutama di Indonesia terus berkembang. Sejalan dengan kemajuan teknologi yang mengglobal, hal ini juga berdampak pada segala sector maupun bidang, termasuk pada sektor ekonomi, industri, sosial budaya, pendidikan, serta pada sector pemerintahan, perbankan dan keuangan. Kemajuan dan perkembangan teknologi ini memberikan banyak manfaat positif bagi kehidupan manusia dan memberikan sebuah inovasi, contohnya memberikan kemudahan dalam melakukan segala aktifitas manusia, sehingga segala kebutuhan dan kegiatan sangat mudah dilakukan hanya dengan satu genggaman tangan saja. Pesatnya penggunaan elektronik dikalangan masyarakat mendorong perusahaan telekomunikasi juga ikut ambil bagian dalam melahirkan uang elektronik berbasis server berupa aplikasi ponsel.

*Fintech* bukanlah lembaga keuangan seperti perbankan, melainkan sebuah model bisnis baru yang benar-benar bermanfaat bagi masyarakat. *Fintech* akan terus diatur oleh Bank Indonesia untuk melindungi konsumen. Oleh karena itu sebaiknya seluruh perusahaan *Financial technology payment* segera mendaftarkan perusahaanya pada Bank Indonesia atau Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Financial Technology* atau yang biasa disebut dengan *FinTech*, Menurut National Digital Research Centre (NDRC), teknologi keuangan atau *FinTech*, adalah inovasi dalam industri keuangan yang menggabungkan teknologi modern. *FinTech* adalah

layanan berbasis keuangan yang menggunakan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. FinTech dapat memberikan banyak manfaat bagi masyarakat dengan bekerja sama dengan industri keuangan yang ada sesuai dengan gagasan Master Plan Sektor Jasa Keuangan Indonesia (MPSJKI). Regulator harus mengembangkan kebijakan strategis untuk mengurangi risiko yang berhubungan dengan penggunaan *financial technology payment* dan juga memberikan perlindungan kepada seluruh masyarakat yang menggunakannya.

Uang elektronik diciptakan bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi. Sebelum kemunculan sistem pembayaran uang elektronik ini, maka ketika ingin melakukan transaksi kita harus bertemu langsung pada pihak lain yang terlibat dalam transaksi, tetapi setelah terciptanya sistem pembayaran elektronik ini kita bisa mendapat kepraktisan dan kemudahan dalam segala transaksi dan juga bisa menghemat biaya. Oleh karena itu Perbankan berlomba-lomba untuk mengembangkan sistem pembayaran elektronik baru, seperti kartu debit, ATM, smart card, kartu kredit, e-money, dan lainnya untuk menghasilkan banyak keuntungan. Karena kebutuhan manusia untuk kehidupan yang modern dan praktis akan mendorong perkembangan ini.

Sistem transaksi elektronik lebih banyak diminati dari pada sistem tunai karena akan memudahkan para pengguna untuk melakukan transaksi dan mengakses segala produk keuangan. Oleh sebab itu, Bank Indonesia sangat memperhatikan pengembangan pembayaran *fintech payment* ini karena penggunaan pembayaran non tunai dibuat agar dapat mengurangi beban uang tunai dan meningkatkan efisiensi ekonomi masyarakat. Meskipun ada teknologi

lain yang dapat digunakan untuk menggantikan uang tunai, namun masalah keamanan, psikologis, kepercayaan, dan kenyamanan masyarakat terhadap uang tunai masih menjadi tantangan untuk mengembangkan system pembayaran non tunai. Karena tidak semua bagian masyarakat mencoba mengubah diri dengan memakai *fintech payment* atau layanan keuangan yang berbasis teknologi dan meninggalkan sistem biasa. Pengaturan dan pengawasan menjadi sangat penting bagi keberlangsungan *fintech* yang ada di Indonesia. Hal ini berkaitan dengan legalitas dari bisnis yang dijalankan karena pada pelaksanaan perkembangan *fintech* mempunyai potensi risiko yakni berkaitan dengan perlindungan konsumen, stabilitas sistem keuangan, sistem pembayaran dan stabilitas ekonomi (Rusdianasari F. 2018)

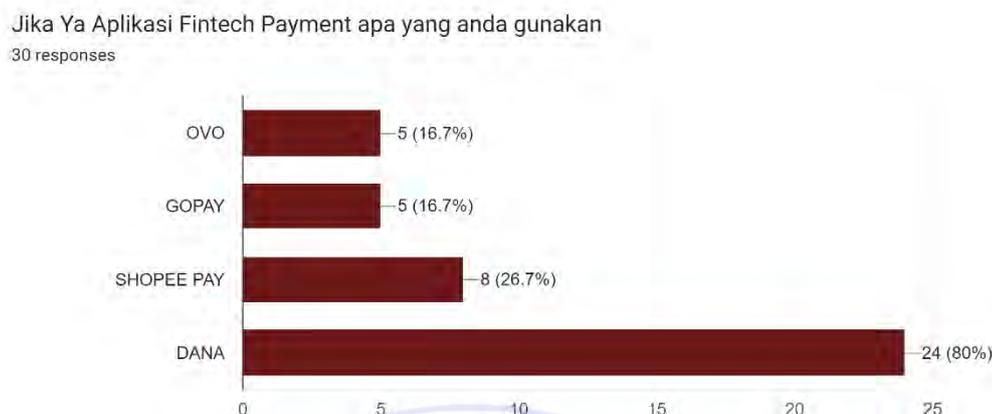
Diharapkan keberadaan *financial technology payment* di dunia khususnya Indonesia dapat memberikan proses transaksi finansial yang lebih mudah dan juga aman. Pembayaran, peminjaman, perencanaan, transfer, riset keuangan, dan jual beli saham adalah contoh proses transaksi keuangan ini. Perusahaan Fintech sudah banyak berdiri di Indonesia dan banyak digunakan oleh Masyarakat Indonesia. Sampai September 2018 sebanyak 82 perusahaan Fintech Lending tercatat dan berizin pada Otoritas Jasa Keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2018). Salah satu jenis *financial technology payment* yang ada saat ini yaitu seperti Gopay, Ovo, Dana, Shopee pay, dan sebagainya. Persentase yang pernah menggunakan *fintech payment* menurut databoks yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. 1**  
**Persentase Penggunaan *Fintech* Payment**

No	Nama	Nilai / Persen Responden
1	Gopay	71%
2	OVO	70%
3	Dana	61%
4	ShopeePay	60%

Sumber : *databoks.katadata.co.id* (2023)

Menurut laporan *E-Wallet Industry Outlook 2023* dari Insight Asia, dari 1.300 warga perkotaan yang disurvei, 74% di antaranya sudah pernah menggunakan dompet digital. Di kelompok tersebut, sekitar 61% menggunakan beberapa aplikasi dompet digital sekaligus. Platform yang paling banyak dipakai adalah Gopay sebanyak 71% responden. Persentase tersebut merupakan yang paling tinggi di antara *financial technology payment* sejenis lainnya. Sebanyak 70% juga menggunakan OVO dan 61% menggunakan DANA untuk pembayaran. Selain itu, responden yang memakai ShopeePay tercatat sebesar 60%. Teknologi keuangan seperti *fintech payment* dan kode QR akan terus meningkat di kehidupan masyarakat dengan terciptanya lebih banyak akses di beragam aktivitas yang bermanfaat, kata tim Insight Asia dalam laporannya. Adapun dari data prasurvei yang saya lakukan pada 30 mahasiswa manajen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara menggunakan *google form*. Diketahui bahwa mahasiswa yang menggunakan *Fintech Payment* adalah sebagai berikut:



Sumber : *Data Hasil Prasurvei (2024)*

**Gambar 1. 1 Grafik Hasil Prasurvei Penggunaan Aplikasi *Fintech Payment***

Berdasarkan hasil prasurvei pada 30 responden diketahui bahwa mahasiswa menggunakan *financial technology payment* dalam kehidupan sehari-hari. Dari prasurvei diatas menunjukkan mahasiswa paling banyak menggunakan aplikasi Dana dengan jumlah 24 mahasiswa dengan rasio 80%, shopepay sebanyak 26,7%, gopay 16,7%, dan ovo sebanyak 16,7%.

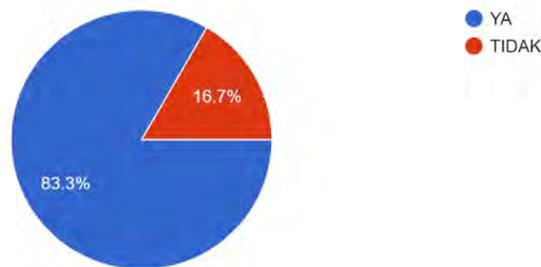
Peningkatan pada uang elektronik seperti kartu kredit atau debit terjadi disebabkan karena adanya banyak kemudahan dan manfaat yang di berikan pada sistem layanan *fintech payment*. Dengan adanya segala manfaat dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi menggunakan *financial technology* ini membuat seseorang lebih mudah dalam mengeluarkan uangnya dan membuat gaya hidup yang lebih konsumtif. Perilaku konsumtif mendorong konsumen untuk memenuhi segala keinginan diri dalam hal pembelian dan pembayaran. Membeli sesuatu barang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dasar tetapi sebagai pemenuhan keinginan karena mahasiswa lebih mementingkan tawaran yang menarik dibandingkan dengan kebutuhan utama atau pokok. Semakin banyaknya

manfaat dan mudahnya dalam melakukan transaksi dengan *fintech payment* membuat seseorang terlebih khususnya di kalangan mahasiswa akan rentan berperilaku konsumtif.

Saat ini, *fintech* memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan, tetapi ini tidak berarti *fintech* bebas dari risiko. Keuangan adalah masalah yang sensitif dan ada banyak *cybercrime*, jadi pengguna *fintech* harus lebih berhati-hati dan lebih bijak dalam menyikapi kehadiran *fintech* saat ini. Risiko ini ada karena keamanan data yang rentan terhadap beragam kejahatan di dunia maya, seperti penipuan, pencurian dana, penyalahgunaan data klien, tanda tangan digital yang dapat dipalsukan.

Remaja tidak terlepas dari karakteristik individu yang mudah terbujuk oleh hal-hal yang menyenangkan dan memiliki tingkat konformitas yang tinggi, alasan tersebut menjadi pelaku utama dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini diperkuat dengan pernyataan menurut (Suminar Meiyuntari, 2015) remaja merupakan individu yang mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan serta tidak berfikir hemat. Pasalnya mahasiswa mudah terbujuk rayunan dan masih labil, serta tidak realistis dalam bertransaksi yang mengarah pada perilaku konsumtif dan menyebabkan mahasiswa tersebut berperilaku boros. Kelompok yang menjadi salah satu sasaran penelitian ini yaitu pada mahasiswa manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan. Peneliti melakukan prasurvei pada 30 mahasiswa melalui *google form*. Berikut hasil data prasurvei yang terlampir:

Apakah anda merasa dimudahkan dalam bertransaksi saat menggunakan aplikasi Fintech Paymen  
30 responses



Sumber : *Data Hasil Prasurvei (2024)*

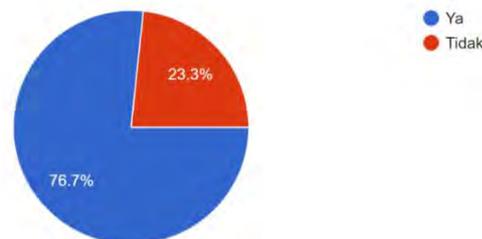
### Gambar 1. 2 Grafik Hasil Prasurvei Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan gambar 1.2 dapat disimpulkan bahwa mahasiswa UINSU lebih sering membeli atau bertransaksi dengan menggunakan *e-money* karena merasa dimudahkan dalam penggunaannya dan mahasiswa merasa dengan menggunakan aplikasi *Fintech Payment* mereka tidak perlu membawa sejumlah uang tunai. Mahasiswa juga merasa mudah dalam memahami pengoperasian aplikasi *Fintech Payment*. Proses pembayaran yang praktis dan mudah membuat seseorang terdorong untuk melakukan transaksi. Terlebih bagi mahasiswa yang mudah sekali mengerti akan teknologi pastinya sudah menggunakan gadget dan mengakses internet dengan diiringi beberapa fitur yang tersedia di gadget mereka, dari fenomena tersebut tidak menutup kemungkinan mereka juga menggunakan aplikasi *fintech payment* yang berbasis aplikasi seperti Ovo, Dana, Gopay, Shopeepay, dan lain- lain untuk mempermudah transaksi pembayaran. Manfaat dari kemudahan melakukan transaksi pembayaran *fintech payment* membuat mahasiswa belum begitu mapan dalam penghasilan, mudah untuk mengeluarkan uang dan tidak berfikir untuk menabung.

Penggunaan *Fintech Payment* juga terdapat diskon atau promosi. Sehingga, dengan promosi dan diskon yang ditawarkan oleh platform mampu membuat mahasiswa lebih impulsif dikarenakan merasa mendapat keuntungan apabila melakukan transaksi itu selama masa masih berlangsung. Sedangkan jika dilewatkan maka mahasiswa sebagai pengguna *fintech payment* merasa akan kehilangan penawaran harga terbaik yang bisa mereka dapatkan. Faktor keinginan semata tanpa melihat kembali apa kegunaan dari barang yang dibeli. Dengan adanya potongan harga atau diskon membuat pengguna lebih terdorong untuk membeli barang dan membuat semua barang yang sudah dibeli menjadi menumpuk, serta tidak semua barang yang sudah dibeli dapat dipakai namun hanya menjadi barang koleksi. Jika perilaku ini dibiarkan dan terus menerus dilakukan maka akan berdampak buruk pada keuangan, karena pengeluaran belanja setiap bulannya di luar dari anggaran belanja yang sudah disiapkan. Yang seharusnya sisa uang dapat ditabung untuk keperluan yang akan datang namun habis karena dipakai untuk memenuhi kebutuhan yang tidak diperlukan. Dapat dilihat dari hasil prasurvei pada 30 mahasiswa sebagai berikut:

Apakah anda lebih sering mengeluarkan uang saat menggunakan Fintech Payment

30 responses



Sumber : *Data Hasil Prasurvei (2024)*

**Gambar 1. 3 Grafik Hasil Prasurvei Keputusan Responden**

Melihat fenomena diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan uang elektronik yang mudah digunakan membuat pengeluaran menjadi berlebihan dan tidak terasa yang mana membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif saat mengeluarkan uang dan membeli sebuah barang tanpa berpikir panjang terlebih dahulu. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian yaitu **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Resiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Tecnology Payment* Pada Mahasiswa Management Universitas Islam Negri Sumatra Utara”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Melihat latar belakang masalah yang sudah dijelaskan menyatakan *financial technology payment* merupakan jenis *ewallet* yang terdapat pada *smartphone*. Faktor kemudahan menjadi pemicu bagi para pengguna karena dengan adanya manfaat dan kemudahan dalam melakukan transaksi menggunakan *fintech payment* akan membuat mahasiswa lebih mudah mengeluarkan uangnya. Namun dibalik kemudahan yang diberikan, tidak berarti *fintech* bebas dari risiko seperti penipuan, pencurian dana, penyalahgunaan data klien, dan tanda tangan digital yang dapat dipalsukan. Perilaku konsumtif menjadi penyebab bagi para penggunanya untuk memenuhi segala kepuasan diri dalam hal pembayaran maupun pembelian barang karna mudahnya penggunaan *fintech payment* saat ini membuat mahasiswa menjadi impulsif untuk memenuhi segala kepuasan diri dan tidak menabung yang akan berdampak buruk terhadap keuangan pribadi.

### 1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan dan risiko terhadap perilaku konsumtif dalam penggunaan aplikasi *fintech payment* pada mahasiswa manajemen UINSU?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen UINSU?
3. Apakah persepsi resiko berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen UINSU?

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan *Financial Technology Payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen UINSU.
2. Untuk mengetahui pengaruh risiko *Financial Technology Payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen UINSU.
3. Untuk mengetahui secara serempak pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan risiko terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara pada aplikasi *Fintech Payment*.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi Mahasiswa

Sebagai informasi tambahan mengenai pemahaman penggunaan *Fintech Payment* kepada mahasiswa manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara dan sebagai bahan masukan atau informasi tambahan bagi mahasiswa yang menggunakan *Financial technology Payment* sebagai bahan pengetahuan untuk menggunakannya dengan bijak.

### 2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber referensi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *Financial technology Payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa baik secara teoritis maupun aplikasinya.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk syarat kelulusan guna mencapai gelar sarjana program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas medan area.

### 4. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas atau menambah pengetahuan mengenai berbagai faktor yang bisa mempengaruhi keputusan penggunaan *financial technology payment*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Persepsi Kemudahan Penggunaan

###### 2.1.1.1 Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan

Sejauh mana seorang individu yakin ketika menggunakan sebuah teknologi akan terbebas dari usaha fisik dan mental disebut dengan kemudahan penggunaan. Seorang individu mungkin percaya bahwa suatu sistem sulit untuk dipakai meskipun individu tersebut yakin bahwa sistem ini bermanfaat (Davis, 2017).

Menurut (Jogiyanto, 2019), kemudahan penggunaan (*ease of use*) diartikan sebagai sejauh mana seorang individu yakin bahwa memanfaatkan sebuah teknologi akan membuat orang terbebas dari upaya. Sedangkan, menurut (Susilo, 2020) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan berkaitan pada sistem teknologi informasi dengan kepercayaan setiap individu agar tidak menyulitkan sebuah usaha yang besar dalam menggunakannya. Menurut (Davis, 2012) Kemudahan Penggunaan dibentuk berdasarkan empat konstruk item yaitu:

1. Jelas dan mudah dipahami (*clear and understandable*)
2. Tidak membutuhkan banyak usaha saat berinteraksi dengan suatu sistem (*doesn't require a lot of mental effort*)
3. Mudah untuk digunakan (*easy to use*)

4. Mudah dalam pengoperasian suatu sistem sesuai dengan keinginan pengguna (*easy to get the system to do what they want it to do*)

Konteks persepsi kemudahan penggunaan *Fintech payment* berarti bahwa pengguna percaya dalam melakukan transaksi melalui layanan *Fintech Payment* itu mudah dimengerti. Persepsi mengenai kemudahan penggunaan dapat mengurangi usaha seperti tenaga ataupun waktu ketika mengirim saldo atau mengecek saldo. Oleh karena itu, apabila layanan *Financial technology* ini dipersepsikan mudah untuk digunakan agar semakin banyak para pengguna layanan *Fintech Payment*.

(Davis F. D, 2012) Menyatakan persepsi mengenai kemudahan suatu teknologi diartikan sebagai ukuran dimana keyakinan seorang individu tentang betapa sederhananya memahami dan memanfaatkan komputer. Intensitas interaksi dan penggunaan antara pengguna dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang sering dipakai membuktikan bahwa sistem tersebut mudah digunakan, lebih banyak dikenal oleh penggunanya dan mudah dioperasikan.

#### **2.1.1.2 Tujuan dan Manfaat Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Pengguna yang menganggap sistem ini tidak sulit untuk digunakan akan memanfaatkannya, sehingga kemudahan berarti harapan bahwa penggunaan system tidak memerlukan banyak tenaga dari pengguna, yang akan memanfaatkannya.

Persepsi Manfaat yaitu meruju pada berapa banyak orang yang berpikir ketika menggunakan teknologi tertentu akan meningkatkan kemampuannya untuk menyelesaikan pekerjaan (Jogiyanto, 2019). Persepsi manfaat merupakan pengguna yang memanfaatkan program tertentu untuk mempercepat penyelesaian tugasnya. Performa dapat memberikan hasil yang lebih cepat dan memuaskan dibandingkan tanpa memanfaatkan teknologi secara fisik maupun nonfisik (Rahmatsyah, 2016). Ketika seseorang berpikir bahwa teknologi meningkatkan kinerjanya, maka terdapat antusiasme saat menggunakannya (Hendriyawan, N.N., Mayangsari, S., 2022).

### **2.1.1.3 Faktor Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Wijaya dalam Simanjuntak, 2015) mengatakan ada beberapa factor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi kemudahan penggunaan dalam menggunakan sebuah teknologi, yaitu:

1. Faktor pertama fokus pada teknologi tersebut, contohnya pengalaman seseorang dalam menggunakan teknologi serupa. Pengalaman pengguna yang baik terhadap teknologi tersebut akan menimbulkan tanggapan mereka pada teknologi baru yang diberikan, dan sebaliknya.
2. Faktor kedua adalah keunggulan teknologi yang akan didapat oleh para pengguna. keunggulan yang didengar baik oleh pengguna akan membuat seseorang percaya terhadap kemudahan menggunakan teknologi tersebut, demikian pula sebaliknya. Teknologi yang dimaksud bukan hanya teknologi yang akan dipakai tetapi juga teknologi lain yang sejenis dengan teknologi yang akan digunakan.

3. Faktor ketiga yaitu dengan terdapatnya sistem pendukung yang baik. Sistem pendukung yang baik dipengaruhi oleh kepercayaan seseorang terhadap kemudahan teknologi, seperti pengguna merasa yakin bahwa terdapat metode penunjang yang dapat dipercaya jika pengguna tersebut mengalami kesulitan saat menggunakan teknologi sehingga meningkatkan persepsi pengguna kearah lebih baik.

#### 2.1.1.4 Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan

Menurut (Mbetete & Tanamal, 2020) terdapat lima indikator kemudahan penggunaan, yaitu:

1. Mudah untuk berinteraksi (*easy to interact*) kemudahan konsumen berinteraksi dengan penjual ritel didalam e-commerce merupakan hal yang penting dalam faktor kemudahan.
2. Mudah melakukan transaksi (*easy to do transaction*) dalam melakukan pembelian online, kemudahan dalam transaksi pembayaran akan lebih menarik konsumen.
3. Mudah memperoleh produk (*easy to get product*) pada e-commerce terdapat berbagai macam produk dengan pembeli yang berbeda – beda. Kemudahan dalam pencarian produk akan lebih membantu konsumen untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan.
4. Mudah untuk dipelajari (*easy to learn*) dalam hal ini diartikan bahwa penggunaan sebuah website maupun aplikasi dapat dengan mudah dipelajari dan dimengerti.

5. Mudah untuk digunakan (*easy to use*) dapat diartikan bahwa penggunaan aplikasi ataupun website mudah dioperasikan.

## 2.1.2 Risiko

### 2.1.2.1 Pengertian Risiko

Menurut (Al-Smadi, 2012) Risiko dikatakan sebagai persepsi pengguna terhadap adanya ketidakpastian serta akibat buruk dari pembelian barang atau jasa. sebelum seseorang menggunakan teknologi pasti akan memikirkan risiko dari penggunaannya. (Muhhammad Fadhli, 2016) menyatakan Risiko adalah cara untuk menunjukkan penilaian seseorang terhadap kemungkinan atas hasil baik maupun buruk dari suatu transaksi terhadap keadaan.

Persepsi Risiko adalah anggapan seseorang pada ketidakpastian dan kemungkinan konsekuensi buruk yang dapat terjadi ketika membeli sebuah produk atau jasa (Al-Smadi, 2012). Persepsi Risiko merupakan pandangan mahasiswa mengenai ketidakpastian negatif dan potensi bahaya yang dapat terjadi pada penggunaan sebuah produk atau jasa. Menurut (Pavlou, 2003) konstruk variabel Persepsi Risiko yang digunakan terdiri dari tiga konstruk item berikut:

1. Ada risiko tertentu
2. Mengalami kerugian
3. Pemikiran bahwa berisiko

### 2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Pengelolaan Risiko

Menurut (Rizky Kurniawan), dosen di Universitas Indonesia dan ahli ekonomi digital, tujuan pengelolaan risiko *fintech payment* di Indonesia adalah untuk:

1. Melindungi konsumen dari kerugian finansial *Fintech payment* seperti *e-wallet* dan uang elektronik menyimpan dana pelanggan. Perlu ada manajemen risiko yang memadai untuk melindungi dana tersebut dari kebocoran, kecurangan, atau kegagalan sistem.
2. Menjaga stabilitas sistem pembayaran *Fintech payment* telah menjadi bagian penting dari infrastruktur sistem pembayaran Indonesia. Gangguan operasional *fintech* dapat berdampak sistemik terhadap perekonomian. Pengelolaan risiko bertujuan menghindari hal tersebut.
3. Mencegah penyalahgunaan oleh pihak tertentu Risiko *fintech payment* juga mencakup penyalahgunaan oleh peretas, penjahat siber, atau oknum tidak bertanggung jawab lain untuk kejahatan keuangan seperti pencurian dana, penipuan, pendanaan terorisme, dan lain sebagainya.
4. Mempromosikan inovasi bertanggung jawab pengelolaan risiko yang baik akan mendorong perusahaan *fintech payment* untuk terus berinovasi dan berkembang dengan cara yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

### 2.1.2.3 Faktor Risiko

Risiko adalah kejadian yang tidak diinginkan yang dapat muncul melalui berbagai sumber, ada empat macam faktor risiko *fintech* secara umum yaitu:

1. Risiko keungan (*financial risk*), risiko karena penggunaan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai aset *finansial* oleh perusahaan. Potensi risiko kerugian *finansial* di hampir semua transaksi keuangan.
2. Risiko hukum (*legal risk*), mengacu pada status hukum yang tidak jelas dan kurangnya peraturan hukum dan operasional *financial technology* secara universal.
3. Risiko keamanan (*security risk*), potensi kerugian akibat penipuan yang membahayakan keamanan transaksi keuangan pada *financial technology*.
4. Risiko operasional (*operational risk*), berfokus pada semua potensi kerugian yang berasal dari proses internal, karyawan dan sistem internal di perusahaan *financial technology* yang gagal atau tidak memadai.

#### 2.1.2.4 Indikator Risiko

Ada enam risiko yang dirasakan oleh konsumen memiliki beberapa indicator menurut (jacobly dan Kaplan, 2015), yaitu:

1. Risiko Keuangan

Risiko yang dialami oleh konsumen karena mengalami kerugian keuangan. Misalnya apakah dengan membeli sebuah mobil Pregio secara *financial* akan membuat seseorang mengalami kerugian atau lebih banyak mendapatkan keuntungan (lebih hemat) untuk perawatannya sehingga lebih murah. Risiko keuangan yang menjadi pertimbangan ketika seseorang yang mempunyai daya beli rendah atau seseorang yang memiliki keterbatasan keuangan.

2. Risiko Kinerja

Risiko bahwa suatu produk tidak memberikan kinerja atau fungsi sesuai dengan yang diinginkan. Misalnya dengan membeli mobil baru bermerek maka kenyamanan dan kecepatannya akan seperti yang diinginkan. Apakah jika menggunakan mesin cuci merek B, akan membuat pakaian tidak rusak dan apakah pakaian tersebut dicuci dengan benar. Persepsi tentang kinerja ini menjadi salah satu pertimbangan yang penting sebelum seseorang membeli atau memilih suatu barang atau jasa.

### 3. Risiko Psikologis

Risiko psikologis pada saat membeli produk berupa ketidaknyamanan psikologis, harga diri yang rendah, dan citra diri yang rendah. Contoh: akankah dengan membeli mobil merek B yang harganya murah ini akan membuat citra diri konsumen sebagai kelas bawah dan tidak mampu.

### 4. Risiko Fisiologis

Risiko fisiologis atau risiko fisik adalah risiko yang timbul akibat membeli suatu produk seperti kerugian fisik bagi pembeli. Misalnya dengan membeli sebuah obat jerawat di toko maka seberapa besar kerusakan yang akan ditimbulkan pada wajah jika produk tersebut tidak cocok. Dan apakah kulit muka yang sensitif tidak akan menyebabkan alergi akibat perawatan jika memilih di salon X.

### 5. Risiko Sosial

Risiko yang muncul akibat membeli produk yang kurang diterima di lingkungan masyarakatnya, misalnya setelah membeli parfum X maka

masyarakat sekitar mungkin akan mendekat kepada kita karena dianggap memiliki gaya hidup yang sesuai dengan kelompok tersebut, atau sebaliknya mereka mungkin menjauhkan diri dari kita dan kurang menyukai kita.

## 6. Risiko Waktu

Risiko yang dapat diterima konsumen, seperti hilangnya waktu saat membeli suatu produk. Misalnya membeli produk yang terlalu jauh lokasinya, akan menyebabkan seseorang akan kehilangan banyak waktu. Risiko ini juga mencakup apakah waktu seseorang berkurang dan hanya dihabiskan untuk memakai produk tersebut.

### 2.1.3 Perilaku Konsumtif

#### 2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut (Lestarina, 2017) merupakan proses membeli sebuah barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga untuk memenuhi keinginan secara berlebihan sehingga menyebabkan pemborosan dan biaya tidak efisien. Secara umum, perilaku konsumtif merupakan hal buruk yang dilakukan karena menyebabkan seseorang menjadi boros. Namun di sisi lain, perilaku konsumtif membuat seorang individu merasa senang dan bahagia kemudian menimbulkan rasa puas pada dirinya. Perilaku konsumtif manusia saat ini tidak didasarkan oleh kebutuhan yang seharusnya mereka penuhi tetapi karena keinginan yang dituntut manusia untuk dipenuhi (Nurjanah et al., 2018)

Perilaku konsumtif merupakan sikap mengkonsumsi sesuatu secara tidak terkontrol atau berlebihan karena sikap ini tidak memiliki prioritas utama dalam

hidup sehingga hanya sebagai pemuas nafsu tanpa memikirkan keuntungan dari perilaku tersebut (Riani. 2022). Kotler (Haryani & Herwanto, 2016) menyebutkan ada beberapa factor perilaku konsumtif, yaitu faktor pertama kebudayaan yang terdiri dari budaya, sub-budaya, dan kelas sosial, kedua ada faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status, ketiga yaitu faktor pribadi terdiri dari usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian, dan terakhir faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Sehingga dari penjelasan-penjelasan tersebut dapat ditarik kesimpulan yaitu perilaku konsumtif merupakan perilaku pemborosan terutama pemborosan yang digunakan saat mengeluarkan uang dan membeli suatu produk yang tidak begitu perlu sehingga terkesan tidak masuk akal dalam memenuhi segala kebutuhan yang hanya ingin menimbulkan rasa senang di dalam kehidupan dunia saja tanpa memperhatikan aspek lainnya.

### **2.1.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Setiap orang pernah berperilaku konsumtif karena keinginannya yang belum terpenuhi. Menurut (Enrico, 2014) terdapat beberapa faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif, yaitu:

1. Memenuhi Keinginan (Fulfilling Desire) Setiap orang pasti memiliki keinginan yang ingin mereka capai. Segala upaya akan dilakukan untuk mewujudkan keinginan tersebut. Keinginan manusia akan terus meningkat setelah keinginan pertama mereka sudah terpenuhi yang menyebabkan manusia berperilaku konsumtif. Hal ini bisa saja akan terjadi secara terus-menerus sehingga sulit untuk dihentikan.

2. Daya Beli (*Purchasing Power*) Daya beli yaitu sejumlah uang yang dibutuhkan oleh seseorang untuk membeli sesuatu. Semakin banyak uang yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula daya belinya. Begitupun sebaliknya jika semakin sedikit uang yang dimiliki seseorang, maka daya belinya akan semakin kecil. Sehingga seseorang akan berperilaku konsumtif karena memiliki daya beli yang besar.
3. Penggunaan Produk (*Product usage*) waktu di mana sebuah produk digunakan dan dapat digunakan kembali disebut dengan penggunaan produk. Setiap orang memiliki waktu yang berbeda untuk menggunakan produk. Keanekaragaman periode penggunaan produk tersebut yang membuat penggunaan produk menyebabkan perilaku konsumtif. Contohnya yaitu pada penggunaan *smartphone*. Banyak orang membeli *smartphone* baru meskipun *smartphone* lama masih bisa untuk digunakan.
4. Status Sosial (*Social Status*) Manusia adalah makhluk sosial yang hidup dalam masyarakat yang saling membantu dan saling membutuhkan satu sama lain. Dalam kehidupan bermasyarakat, terdapat istilah status sosial yang mengacu pada kedudukan yang diberikan kepada orang-orang di dalam masyarakat. Masyarakat dengan status sosialnya yang tinggi mempunyai daya beli yang tinggi sehingga akan menimbulkan perilaku konsumtif.
5. Gaya Hidup Keluarga (*Family Lifestyle*) Setiap orang memiliki gaya hidup yang unik dan berbeda-beda. Gaya hidup seseorang ditentukan oleh bagaimana cara mereka menjalani kehidupan, membelanjakan uang, dan

memanfaatkan waktu (Suryani, 2008). Gaya hidup seorang individu dapat dipengaruhi oleh beberapa hal seperti budaya seseorang, lingkungan atau tempat tinggal, teman, keluarga, dan lainnya. Tetapi biasanya, gaya hidup seseorang bisa dipengaruhi dari gaya hidup keluarganya. Seseorang mungkin menjadi lebih konsumtif jika keluarganya adalah keluarga yang suka menghamburkan uang, maka seseorang tersebut cenderung akan secara alami mengikutinya.

### 2.1.3.3 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diketahui apabila terdapat indikator-indikator yang bisa menjelaskan bagaimana perilaku konsumtif terjadi. Terdapat berbagai komponen yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif. Menurut (Ristiyanti dan John, 2020), setidaknya terdapat tiga indikator utama perilaku konsumtif, meliputi:

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*), ditandai dengan kebiasaan membeli secara spontan tanpa perencanaan dan pertimbangan masak, didorong faktor emosional dan kesenangan semata.
2. Pemborosan (*Wastefulness*), ciri pemborosan termasuk pembelian barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan, berlangganan produk yang berlebihan, serta pengeluaran yang melebihi pendapatan.
3. Anti Menabung (*Non-Saving*), kecenderungan menghabiskan uang untuk konsumsi dan jarang menyisihkan pendapatan untuk ditabung merupakan indikasi perilaku konsumtif.

## 2.1.4 Financial Technology Payment

### 2.1.4.1 Pengertian Financial Teachnology Payment

Menurut definisi yang dijelaskan oleh *National Digital Reseach Centre* (NDRC) *financial technology* merupakan istilah yang dipakai untuk menyebut inovasi pada bidang keuangan, dimana istilah tersebut berasal dari kata “*financial*” dan “*technology*” yang mengacu pada inovasi dengan menggunakan teknologi *modern*. Inovasi tersebut dibuat sebagai inovasi layanan lembaga keuangan non bank yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk menjangkau konsumennya.

Bank Indonesia juga memberikan definisi Teknologi Finansial (*Fintech*) yang diatur dalam Pasal 1 Angka 1 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial (*Fintech*) bahwa Teknologi Finansial merupakan penggunaan sebuah teknologi pada suatu sistem keuangan yang dapat menghasilkan sebuah produk layanan, teknologi, dan model bisnis baru juga dapat berdampak kepada stabilitas sistem keuangan, stabilitas moneter, atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. Sehingga dapat diartikan secara sederhana bahwa *financial technology* merupakan inovasi dalam jasa keuangan yang menggunakan teknologi informasi. Perkembangan *Financial technology* yang signifikan di Indonesia diharapkan dapat mendorong pertumbuhan perekonomian nasional.

#### 2.1.4.2 Manfaat Financial Technology Payment

Menurut Bank Indonesia, Perkembangan *Financial technology payment* yang sangat pesat di Indonesia membawa banyak manfaat, diantaranya yaitu:

1. Manfaat bagi peminjam, yaitu mendorong inklusi keuangan, menyediakan alternatif pinjaman bagi debitur yang tidak layak untuk kredit melalui proses yang mudah dan cepat. Penyedia jasa mungkin akan menurunkan suku bunga pinjaman karena adanya pesaing.
2. Manfaat bagi investor *Fintech*, yaitu memberikan alternatif investasi dengan return yang lebih tinggi dengan risiko *default* yang tersebar di banyak investor dengan nominal yang cukup rendah dan investor dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.
3. Manfaat bagi perbankan, kerjasama dengan *Fintech* dapat mengurangi biaya seperti menggunakan skor kredit yang tidak konvensional untuk memeriksa penyaringan aplikasi pengajuan pinjaman pada tahap awal, meningkatkan dana pihak ketiga (DPK), meningkatkan atau menambah penyaluran pinjaman dan menjadikan alternatif investasi bagi perbankan.

#### 2.1.4.3 Indikator Financial Technology Payment

Menurut (Rasyid, 2017) terdapat beberapa indikator yang dapat dipakai untuk mengukur *Financial Technology* yaitu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat penggunaan (*usefull*) Keuntungan atau benefit yang didapatkan pelanggandengan menggunakan aplikasi teknologi informasi yang tersedia.
2. Mudah digunakan (*easy to use*) Kemudahan yang dirasakan pelanggan dalam menggunakan aplikasi teknologi informasi yang tersedia.
3. Tampilan website (*website design*) Mendesain website perusahaan yang menampilkan produk teknolog keuangan yang dapat digunakan oleh konsumen.
4. Ketersediaan sistem (*system availability*) Ketersediaan sistem pelayanan yang tersedia untuk semua konsumen.
5. Privasi (*privacy*) Produk Financial Technology menyediakan ruang pribadi yang hanya dapat diakses oleh pengguna.
6. Keamanan (*safety*) Apakah ada keamanan yang diperoleh pelanggan dari penggunaan aplikasi teknologi informasi yang disediakan, keamanan dari kejahatan dunia maya, virus, kegagalan sistem dan lain sebagainya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan, lalu kemudian membuat ringkasannya. Berikut ini penelitian terdahulu yang relevan berdasarkan dengan penelitian, adalah sebagai berikut:

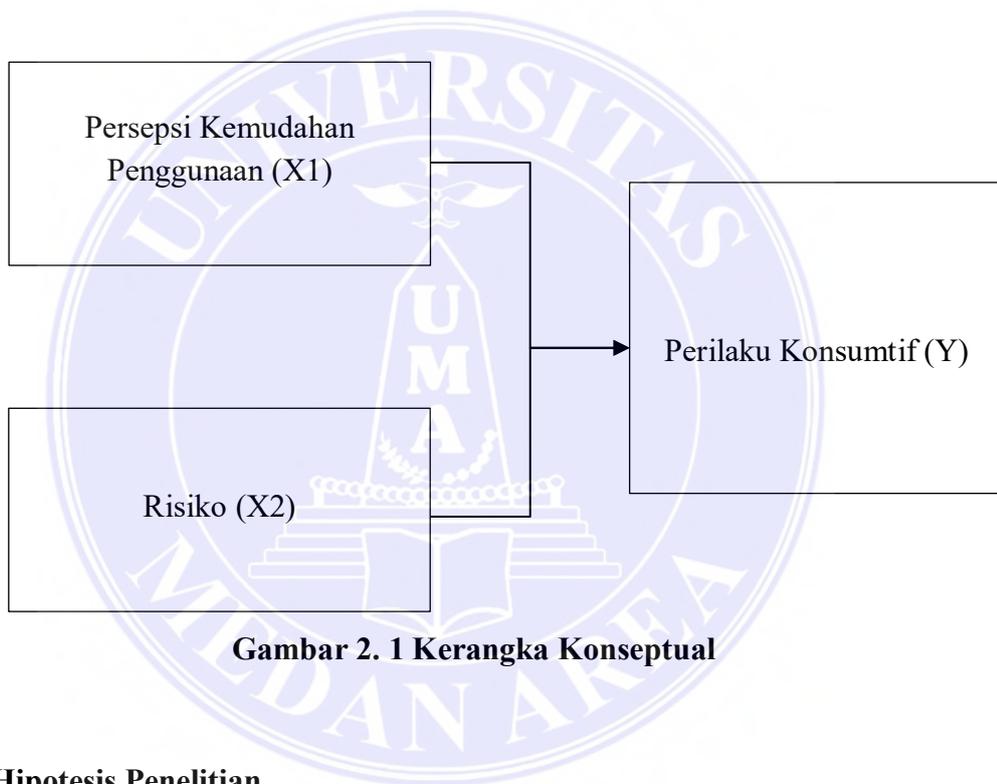
**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Sidik, (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E wallet Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna ShopeePAY	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi <i>e- wallet</i> dan Lingkungan teman sebaya secara bersama-sama memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
2	Rossa, (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, risiko, dan keamanan secara bersama-sama maupun secara memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif di antara pengguna Spaylater di daerah Jadetabek.
3	Zikri, (2023)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Promosi Pada E-wallet ShopeePAY Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yogyakarta Melalui Sikap Terhadap Penggunaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan (perceived ease of use), persepsi kegunaan (perceived usefulness), dan promosi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan sikap terhadap penggunaan (attitude toward using)
4	Giswandhani, (2020)	Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai merujuk pada dimensinya yaitu jelas dan mudah dipahami, tidak memerlukan pemikiran panjang, mudah digunakan, dapat dikendalikan, mudah menjadi terampil dan fleksibel terhadap sikap konsumtif

No	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			masyarakat kota Makassar.
5	Isman, (2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Penggunaan Sistem Pembayaran Gopay (Studi Kasus Pengguna Gopay di Kecamatan Cempaka Putih DKI Jakarta)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap penggunaan sistem pembayaran Gopay, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan risiko secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan sistem pembayaran Gopay.
6	Sanoesi, (2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, manfaat, intensitas penggunaan, dan gaya hidup secara individual maupun bersama-sama memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif.
7	Gunawan, (2024)	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap <i>Impulse Buying</i> Penggunaa Shopee Paylater (Studi Kasus pada Masyarakat Di Kecamatan Pantai Cermin)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap <i>impulse buying</i> . Sedangkan, variabel persepsi risiko tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>impulse buying</i> .
8	Agyei, (2021)	Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Performance expectancy, effort expectancy, social influence, facilitating conditions, hedonic motivation, habit, price value, perceived risk</i> , dan <i>trust</i> merupakan prediktor yang relevan terhadap niat pengguna <i>Behavior Intention</i> untuk mendukung <i>mobile payment</i> .

### 2.3 Kerangka Konseptual

Menurut (Sugiyono, 2014) kerangka konseptual yaitu sesuatu yang akan menghubungkan secara teoritis antar variabel-variabel pada penelitian dan akan diamati atau di ukur melalui penelitian yang akan dilaksanakan. Berdasarkan tinjauan teori dan peneletian terdahulu, sehingga dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

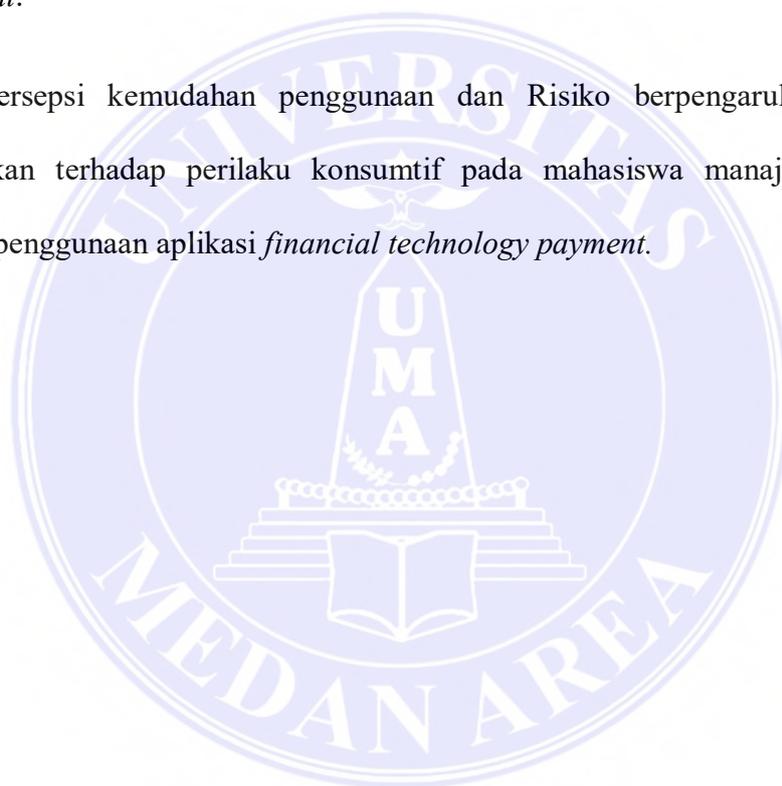
### 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai data yang terkumpul dapat dibuktikan (Arikunto, 2013). Berdasarkan kerangka konseptual, sehingga dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen UINSU dalam penggunaan aplikasi *financial technology payment*.

H2: Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen UINSU dalam penggunaan aplikasi *financial technology payment*.

H3: Persepsi kemudahan penggunaan dan Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen UINSU dalam penggunaan aplikasi *financial technology payment*.



## **BAB III**

### **METODELOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menguji hipotesis dengan menyajikan data dalam bentuk angka yang lebih mudah dipahami dan dibandingkan antara satu sama lain. Menurut (Suprpto, 2018) alat ukur dalam penelitian kuantitatif yaitu berupa kuesioner, data yang didapat berupa jawaban dari responden terhadap butir-butir pertanyaan yang diberikan. Metode ini merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara dua variabel bebas (independent) yaitu persepsi pengaruh kemudahan penggunaan (X1) dan risiko (X2) dengan variabel terikat (dependen) yaitu perilaku konsumtif (Y).

#### **3.2 Objek dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Islam Negri Sumatra Utara yang beralamat di Jl. IAIN No.1, Sutomo Medan.

##### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini dilakukan sekitar bulan Oktober 2023 sampai dengan selesai

**Tabel 3. 1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mart	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept
1	Proses Pengajuan Judul	■											
2	Penulisan Proposal		■	■	■								
3	Bimbingan Proposal			■	■								
4	Acc Proposal				■								
5	Seminar Proposal						■						
6	Bimbingan Skripsi								■	■			
7	Seminar Hasil										■		
8	Acc Skripsi											■	
9	Sidang Meja Hijau												■

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Dalam penelitian, populasi adalah subjek keseluruhan penelitian, atau jumlah keseluruhan orang yang ingkin diteliti. Populasi dapat berupa orang, barang, perusahaan, bahkan lembaga yang dapat dihitung. Menurut (Sugiyono, 2016) populasi merupakan Wilayah Generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti kemudian dibuat kesimpulan. Adapun populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Stambuk 2020 Universitas Islam Negri Sumatra Utara sebanyak 228 orang.

### 3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dari sebagian data yang dianggap sudah dapat mewakili seluruh populasi. Jika populasi yang diteliti cukup besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dan peneliti mengambil teknik *purposive Sampling* yaitu teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu pada mahasiswa manajemen UINSU Medan yang menggunakan aplikasi *Financial Technology Payment* (Ovo, Gopay, Dana, Shopee pay). Berdasarkan jumlah populasi yang ada, maka untuk mencari sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = *Error* (kesalahan yang diterima)

Dalam rumus Slovin memiliki ketentuan yaitu:

Jika populasi dalam jumlah besar maka nilai e = 0,1 (10%)

Jika populasi dalam jumlah kecil maka nilai e = 0,2 (20%)

Diketahui bahwa populasi mahasiswa manajemen UINSU adalah sebanyak 288 mahasiswa dengan margin eror sebesar 10%. Maka untuk mengetahui sampel pada penelitian ini dengan menggunakan perhitungan yang diambil dari rumus *slovin* yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{228}{1 + 228(0,1)^2}$$

$$n = \frac{228}{1 + 228(0,01)}$$

$$n = \frac{2850}{41}$$

$$n = 69,5$$

Jadi melalui hasil perhitungan yang dapat dilihat bahwa jumlah pada sampel penelitian ini yaitu sebanyak 69 mahasiswa manajemen UINSU Medan.

### 3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan petunjuk yang jelas mengenai apa yang harus diperhatikan dan diukur agar suatu variabel atau dapat diuji kesempurnaannya. Terdapat item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian operasional variabel (Sugiarto, 2016).

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku Konsumtif adalah perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih	1. Pembelian Impulsif ( <i>Impulsive Buying</i> )	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	mengedepankan keinginan daripada kebutuhan (Fattah, Indriayu, & Sunarto, 2018)	2. Pemborosan ( <i>Wastefulness</i> ) 3. Anti menabung ( <i>Non-Saving</i> ) (Ristiyanti & John, 2020)	
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	Persepsi kemudahan penggunaan adalah suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih (Lu, 2018)	1. Mudah untuk berinteraksi ( <i>easy to interact</i> ) 2. Mudah melakukan transaksi ( <i>easy to do transaction</i> ) 3. Mudah memperoleh produk ( <i>easy to get product</i> ) 4. Mudah untuk dipelajari ( <i>easy to learn</i> ) 5. Mudah untuk digunakan ( <i>easy to use</i> ) (Mbete & Tanamal, 2020)	Likert
Risiko (X2)	Risiko adalah ancaman atau kemungkinan kejadian yang dampaknya akan menghambat ketercapaian sebuah tujuan. (Abdurahman, Hendra, & Maya, 2018)	1. Risiko Keuangan 2. Risiko Kinerja 3. Risiko Psikologis 4. Risiko Fisiologis 5. Risiko Sosial 6. Risiko Waktu (Jacoby & Kaplan, 2015)	Likert

### 3.5 Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data dibagi menjadi data sekunder dan primer. Sehingga jenis dan sumber data yang dipakai dalam penelitian ini, adalah:

1. Data primer ini merupakan data pokok yang dihasilkan secara langsung dari sumbernya atau dari lokasi objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui survei langsung ke lokasi penelitian dan menyebarkan kuesioner secara offline dan juga offline kemudian akan disebarakan kepada Mahasiswa manajemen UINSU.
2. Data sekunder ini merupakan data yang dihasilkan secara tidak langsung. Dalam penelitian ini, data sekunder dikutip melalui sumber lain, atau data diperoleh melalui jurnal penelitian terdahulu, buku, internet, dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Tujuan utama dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan data, jadi langkah pertama dan paling penting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi dilakukan untuk menggunakan pengamatannya melalui dari hasil kerja panca indra telinga, mata, serta panca indra lainnya. Dalam observasi ini, peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari subjek yang sedang diamati, merekam, dan mencatat semua kegiatan yang dilakukan oleh sumber data.

## 2. Kuesioner (Angket)

Menurut (Sugiyono, 2017) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dibantu oleh responden untuk menjawab atau menanggapi serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Sedangkan menurut (Sanjaya, 2015) angket adalah instrumen penelitian yang berbentuk daftar pernyataan atau pertanyaan secara tertulis yang harus diisi dan dijawab oleh responden menurut pendapatnya sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Setiap pertanyaan atau pernyataan yang ada, terdapat satu sebagai nilai terburuk dan lima sebagai nilai terbaik. Pengukuran dari jawaban responden memakai kriteria pembobotan dengan lima tingkatan yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**

**Bobot Nilai Angket**

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.7 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif dalam menganalisis data. Statistik deskriptif dapat digunakan jika peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2018). Statistik deskriptif digunakan untuk deskripsi responden atau memberi gambaran pada variabel-

variabel penelitian. Teknik analisis pada penelitian ini akan menggunakan rumus statistik, yaitu menggunakan program *microsoft excel* statistik dan program SPSS versi 26.

### 3.8 Pengujian Instrumen

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner sah atau tidaknya yaitu dengan syarat:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item pertanyaan dalam kuesioner adalah valid
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pertanyaan dalam kuesioner adalah tidak valid

**Tabel 3. 4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Perserpsi Kemudahan Pengunnan (X1)	X1.1	0,873	0,361	Valid
	X1.2	0,699	0,361	Valid
	X1.3	0,550	0,361	Valid
	X1.4	0,802	0,361	Valid
	X1.5	0,594	0,361	Valid
	X1.6	0,598	0,361	Valid
Risiko (X2)	X2.1	0,756	0,361	Valid
	X2.2	0,791	0,361	Valid
	X2.3	0,823	0,361	Valid
	X2.4	0,603	0,361	Valid
	X2.5	0,652	0,361	Valid
	X2.6	0,635	0,361	Valid

Perilaku Konsumtif (y)	Y.1	0,516	0,361	Valid
	Y.2	0,739	0,361	Valid
	Y.3	0,718	0,361	Valid
	Y.4	0,542	0,361	Valid
	Y.5	0,737	0,361	Valid
	Y.6	0,707	0,361	Valid

Sumber : *Data Diolah SPSS (2024)*

Dalam uji validitas, kuesioner khusus disebarakan kepada 30 responden. Pada penelitian ini menggunakan taraf sig 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df=n-2$  yaitu  $df=30-2=28$ , sehingga melalui pedoman tabel r statistic bahwa nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,361. Jika korelasi antara setiap pernyataan kurang dari 0.361, maka pernyataan instrument tersebut dianggap valid. Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa dari semua butir pernyataan untuk setiap variabel yang telah diuji tersebut maka dinyatakan valid dan dapat dipertimbangkan sebagai instrument penelitian yang tepat.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup baik dan dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data (Suharsimi, 2016). Reliabilitas menunjukkan tingkat ketergantungan suatu indicator dalam penelitian. Uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) digunakan untuk menguji tingkat reliabel suatu variabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, maka variabel tersebut dikatakan reliabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) semakin mendekati angka satu, sehingga reliabilitas datanya dianggap semakin baik (Ghozali, 2018).

**Tabel 3. 5**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)	0,782	Reliabel
Risiko (X2)	0,797	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,742	Reliabel

Sumber : *Data Diolah SPSS (2024)*

Dalam uji reliabilitas, penelitian tersebut dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Berdasarkan dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel dianggap *reliable*. Hal ini dapat dibuktikan melalui nilai reliabilitas variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) yaitu sebesar 0,782 > 0,60, nilai reliabilitas variabel risiko (X2) yaitu sebesar 0,797 > 0,60, dan nilai reliabilitas pada variabel perilaku konsumtif (Y) yaitu sebesar 0,742 > 0,60.

### 3.9 Uji Asumsi Klasik

#### 3.9.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen), atau bahkan keduanya terdistribusi secara normal atau tidak normal. Untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdistribusi secara normal atau tidaknya dapat diketahui dengan menggunakan analisis grafis dan statistic yang dihasilkan melalui SPSS. Tes normalitas yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tes grafik (*Probability plot*), one sample kolmogrov smirnov dan pengamatan distribusi data melalui histogram.

Cara Kerja Uji Normalitas:

1. Uji Kolmogorov Smirnov, rumusan dalam melakukan pengujian ini yaitu sebagai berikut:
  - a. Jika nilai signifikan  $> 0,1$  maka data berdistribusi normal.
  - b. Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka data berdistribusi tidak normal.
2. Analisis Grafik Histogram, secara sederhana uji ini memenuhi asumsi normalitas jika data memiliki pola distribusi yang menyerupai lonceng (*bell shape*) namun jika data memiliki kecenderungan miring dari kiri ke kanan, maka data tersebut menandakan tidak mengikuti pola distribusi normal.
3. Analisis Grafik *Probability Plot*, uji ini dikatakan normal jika titik-titik tersebar di sekitar garis diagonal namun jika data tersebar jauh dari diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas menguji apakah ada ikatan yang kuat atau ketergantungan di antara variabel bebasnya. Menurut (Prof. Sugiyono, 2022), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) pada model regresi. Uji Multikolinieritas dikerjakan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi yaitu dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika hasil nilai  $VIF < 10$  atau sama dengan nilai  $tolerance > 0,1$ , maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

### 3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi disebut Homoskedastisitas atau Heteroskedastisitas bergantung pada varian antar pengamatan konstan atau bervariasi. Model regresi dikatakan baik jika hasilnya homoskedastisitas. Dasar menentukan heteroskedastisitas yaitu :

- a. Jika terdapat pola tertentu di mana titik-titik membentuk pola teratur yang konstan, seperti gelombang atau variasi lebar yang terus berulang, ini mengindikasikan keberadaan heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik tersebar acak di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

### 3.10 Uji Statistik

#### 3.10.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti apakah ada variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linier berganda ini menggunakan program SPSS versi 26 dan memakai rumus yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub>

$X_1$  = Persepsi Kemudahan Penggunaan

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_2$

$X_2$  = Risiko

$e$  = *Standart error* yaitu 0,1 (10%)

### 3.11 Uji Hipotesis

#### 3.11.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (t) ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pada signifikan 5% dengan asumsi variabel lain konstan, dengan tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) pengujian yang digunakan yaitu:

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 3.11.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan (f) ini digunakan bertujuan untuk menguji variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel regresi linier yang dipakai apakah sudah tepat atau belum. Pada signifikan 5% dengan pengujian yang digunakan yaitu:

- a. Jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$  maka artinya  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak.
- b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai signifikan  $> 0,05$  maka artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_0$  diterima

### 3.11.3 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji ini digunakan untuk menghitung besarnya tingkat variasi variabel bebas menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan proporsi yang dijelaskan oleh variabel independen dalam model terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi yang berkisar antara 0 dan 1 ( $0 < adjusted R^2 < 1$ ), dan model dikatakan baik jika nilai koefisiennya mendekati 1 karena adanya hubungan yang kuat antar variabel bebas dan terikat. Besarnya pengaruh variabel dapat diketahui dengan menggunakan rumus yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Korelasi

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Technology Payment* (Studi kasus pada mahasiswa jurusan manajemen UINSU Medan)” dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji-t) diketahui bahwa Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji-t) diketahui bahwa Risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif.
3. Berdasarkan hasil uji F secara simultan Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko secara simultan dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku konsumtif.
4. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,803. Angka tersebut menunjukkan nilai sebesar 80,3% sisanya sebesar 19,7% dipengaruhi oleh factor-faktor lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan mahasiswa perlu menambah pemahaman mengenai keuangannya agar tidak terjadinya perilaku konsumtif dan lebih menghemat pengeluaran dan juga bisa mengelola keuangan dengan baik
2. Diharapkan kepada pihak pengelola Fintech Payment untuk terus meningkatkan kinerja agar memberikan kualitas pakai yang lebih baik lagi dan menurunkan tingkat risiko yang tinggi dari penggunaannya.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya hendaknya meneliti terkait variabel lain yang memiliki ketertarikan terhadap penggunaan *fintech payment* saat ini dengan menambah jumlah sampel agar menghasilkan penelitian yang lebih akurat dan juga mempertimbangkan variabel lain yang lebih berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman., Hendra, M., & Maya, L. (2018) Analisis Implementasi Manajemen Pengendalian Risiko Dalam Upaya Tercapainya Tujuan Organisasi (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Perbendaharaan Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 6(1), 30-38.
- Ageng, R. W. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) pada Generasi Millennial di Kelurahan Pasir Putih (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Dana) (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ageyi J, (2021). Understanding Factors That Influence Consumer Intention to Use Mobile Money Services: An Application of UTAUT2 With Perceived Risk and Trust.
- Ahdiat, A. (2023, juli 25). *Survei Pengguna Dompot Digital: Gopay dan OVO Bersaing Ketat*. Retrieved from [katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/25/survei-pengguna-dompot-digital-gopay-dan-ovo-bersaing-ketat)
- Al-Smadi, M. dan S.A. Al-Wabel. (2012). The Impact of E-Banking on the Performance of Jordanian Banks . *Journal of Internet Banking and Commerce*. vol. 29, pp.130 141.
- Davis, F.D. 2012. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology".
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 11–21.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat (7th ed.)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Giswandhani, M & Hilmi A.Z, (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar
- Gunawan. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap *Impulse Buying* Penggunaa Shopee Payleter (Studi Kasus pada Masyarakat Di Kecamatan Pantai Cermin).

- Haryani, I., & Herwanto, J. (2016). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Isman, R, F. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat dan Persepsi Risiko Penggunaan Sistem Pembayaran Gopay (Studi Kasus Pengguna Gopay di Kecamatan Cempaka Putih DKI Jakarta)
- Jogiyanto. (2019). Sistem Teknologi Keperilakuan. Yogyakarta : Andi.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, e Desi Herlina. (2017). “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja”. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2(2). doi: 10.29210/3003210000.
- Lu L. 2018. Decoding Alipay: Mobile Payments, ACashless Society and Regulatory Rallenges. *Butterworths Journal of International Banking and Financial Law*.33(1).40-48.
- Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust od Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decicion on Shopee Online Perchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*.
- Nadialista Kurniawan, Risyad Arhamullah. (2021). “Pengaruh Presepsi Kemudahan Penggunaan, Efektifitas Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech)”. *Industry and Higher Education* 3(1).
- Nurul Faizah, E., Subhan, S., & Fielnanda, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen, dan Efektivitas Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sts Jambi)* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Nurjanah, S., Ilma, R. Z., & Suparno, S. (2018). Effect of Economic Literacy and Conformity on Student Consumptive Behaviour. *Dinamika Pendidikan*, 13(2),198–207.
- Pavlou. (2003). Cunsomer Intention to Adopt Electronic Commerce Incorporating Trust and Risk in Technology Acceptance Model. *Journal of Logistics Information Management*.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Financial Technology.

- Pramadita, P. C. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Discount dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Berulang Aplikasi Dana Pada Mahasiswa di Kota Depok Tahun 2021. *Politeknik Negeri Jakarta*.
- Rahadiyan, I., & Sari, A. R. (2019). Peluang dan tantangan implementasi fintech peer to peer lending sebagai salah satu upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia. *Defendonesia*, 4(1), 18-28.
- Rahmawati, A. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa akuntansi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1247-1256.
- Rasyid, H. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-jek. *Jurnal Ecodemica*, 210-223.
- Ristiyanti, P. dan John, J. (2020). Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *JURNAL PSIKOLOGI*, 16(2), 76-85, 76-85. <https://doi.org/10.14710/jp.16.2.76-85>
- Rossa, A., & Ashfadt, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Resiko dan Keamanan Terhadap Impulse Buying Pengguna Spaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ*, 2-3.
- Rusdianasari F. (2018). Peran Inklusi Keuangan melalui Integrasi Fintech dalam Stabilitas Sistem Keuangan Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*.
- Sanoesi, R. N., & Setiawan, H. (2022). Pengaruh Presepsi Kemudahan, Manfaat, Intensitas Penggunaan, Gaya Hidup terhadap Impulse Buying Pada Pengguna Shopee Paylater. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 23-26.
- Sidik, Putri Arneta, (2021). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, promosi e-wallet dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna shopeepay.
- Simarmata, R. R. O. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Sugiyono. 2016. "Sugiyono, Metode Penelitian". Uji Validitas.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabet .
- Sugiyono. 2018. “Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif”. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*.
- Sulfina, Sulfina, Yuliniar Yuliniar, e Alfida Aziz. 2022. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Untuk Menggunakan Uang Elektromik (Shopeepay). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 17(2). doi: 10.21460/jrak.2021.172.401.
- Suminar, Eva, e Tatik Meiyuntari. 2016. “Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja”. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia* 4(02).
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan antara self control dengan perilaku konsumtif pengguna e-money pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271-279.
- Utami, A. R. H. S. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Commerce. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(6), 79-93.
- Zikri, M. I. (2023) Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, dan Promosi Pada E-wallet Shopeepay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Yokyakarta Melalui Sikap Terhadap Penggunaan

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT PERILAKU KONSUMTIF PADA APLIKASI FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT

##### I. Identitas Responden

Nama :

NIM :

Usia :  17-19 tahun  23-25 tahun

20-22 tahun  > 26 tahun

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki

Apakah anda berstatus sebagai mahasiswa UINSU :  Ya  Tidak

Apakah anda menggunakan aplikasi *Fintech Payment* :  Ya  Tidak

Aplikasi *Fintech Payment* yang digunakan :  OVO  
 GOPAY  
 DANA  
 SHOPEE PAY

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan dibawah ini.

##### II. Petunjuk Pengisian

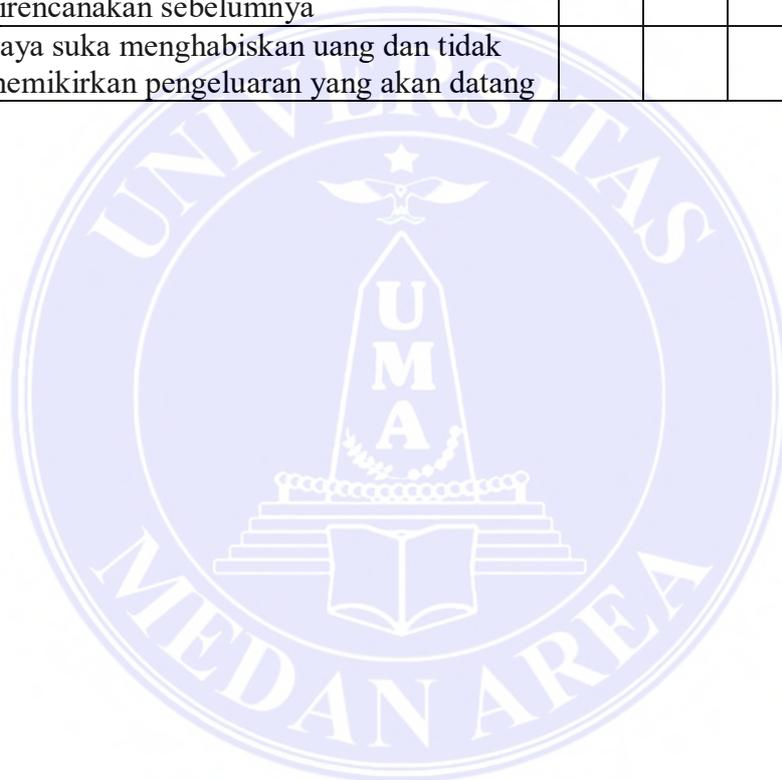
Pilihlah alternatif jawaban untuk pernyataan yang menurut anda benar dan sesuai. Berilah tanda checklist (✓) pada pernyataan-pernyataan dalam tabel pada kolom yang sesuai pendapat saudara/i terhadap pernyataan:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak Setuju (STS)

## III. Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)						
1	Dengan adanya aplikasi <i>Fintech Payment</i> saya tidak perlu membawa sejumlah uang tunai untuk melakukan pembayaran					
2	Saya merasa sangat mudah dalam memahami pengoperasian aplikasi <i>Fintech Payment</i>					
3	Saya merasakan kemudahan dalam melakukan berbagai macam transaksi yang dibutuhkan					
4	Saya merasakan kemudahan membeli sebuah product melalui aplikasi <i>Fintech Payment</i>					
5	Saya merasa dimudahkan dalam penggunaan aplikasi <i>Fintech Payment</i> karena sangat mudah dipelajari					
6	Dengan menggunakan aplikasi <i>Fintech Payment</i> saya bisa melakukan transaksi lebih cepat dimana saja dan kapan saja.					
Risiko (X2)						
1	Saya merasa khawatir akan keuangan saya yang berlebih akibat penggunaan aplikasi <i>Fintech Payment</i> .					
2	Saya merasa khawatir menggunakan aplikasi <i>Fintech Payment</i> dapat mengalami gangguan system atau teknis yang dapat menghambat kinerjanya.					
3	Saya merasa cemas atau khawatir terhadap risiko yang timbul akibat menggunakan aplikasi <i>Fintech Payment</i> .					
4	Saya merasa menggunakan aplikasi <i>Fintech Payment</i> dapat menyebabkan risiko yang tinggi seperti keamanan data pengguna dan membahayakan privasi saya					
5	Saya merasa khawatir <i>Fintech Payment</i> bisa dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk tujuan ilegal seperti pencucian uang, pendanaan terorisme, atau kegiatan ilegal lainnya.					
6	Menggunakan aplikasi <i>Fintech Payment</i> membuat saya lebih sering mengeluarkan uang dimana saja dan kapan saja					

Perilaku Konsumtif (Y)						
1	Saya membeli produk berlebihan karena adanya dorongan diskon atau hadiah yang akan didapatkan					
2	Saya membeli produk karena bentuknya yang menarik dan pengaruh iklan					
3	Saya membeli produk atas pertimbangan mahal atau tidaknya harga					
4	Saya membeli produk karena unsur perilaku konformitas (ikut-ikutan)					
5	Saya sering mengeluarkan uang tanpa direncanakan sebelumnya					
6	Saya suka menghabiskan uang dan tidak memikirkan pengeluaran yang akan datang					



**Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian**

No Respond	Persepsi Kemudahan Penggunaan						Total X <sub>1</sub>
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1.	5	4	4	4	4	5	26
2.	2	3	4	4	4	5	22
3.	4	4	5	4	3	4	24
4.	3	2	3	3	5	3	19
5.	1	4	5	4	2	4	20
6.	4	1	2	4	5	3	19
7.	4	3	4	2	4	2	19
8.	5	1	2	3	4	1	16
9.	4	4	4	4	5	5	26
10.	2	2	4	3	4	3	18
11.	4	5	3	4	3	4	23
12.	5	5	4	3	4	4	25
13.	5	4	4	5	5	4	27
14.	3	3	1	2	3	3	15
15.	2	4	3	2	3	5	19
16.	5	5	2	5	5	5	27
17.	5	5	5	4	4	4	27
18.	3	3	3	3	2	4	18
19.	4	3	5	4	4	5	25
20.	1	2	2	3	3	1	12
21.	3	3	4	3	3	4	20
22.	4	4	3	4	3	4	22
23.	5	5	4	5	5	4	28
24.	4	4	5	4	3	2	22
25.	4	5	3	4	2	3	21
26.	3	4	3	3	4	3	20
27.	5	3	2	5	5	5	25
28.	3	4	2	4	3	5	21
29.	2	3	3	2	3	3	16
30.	1	3	3	2	2	2	13
31.	5	5	5	5	1	4	25
32.	5	5	4	4	4	4	26
33.	5	4	4	5	5	4	27
34.	5	5	5	5	3	3	26
35.	2	3	2	2	4	2	15
36.	3	1	3	3	2	4	16
37.	4	5	4	4	5	5	27

38.	2	5	5	1	2	4	19
39.	3	3	2	3	2	4	17
40.	5	2	3	3	3	3	19
41.	2	3	5	5	5	2	22
42.	4	4	4	5	5	5	27
43.	4	3	5	3	2	3	20
44.	4	5	3	3	5	5	25
45.	3	4	5	5	3	3	23
46.	2	4	3	2	4	4	19
47.	4	4	5	5	4	3	25
48.	5	5	4	4	4	5	27
49.	5	4	5	5	4	4	27
50.	4	5	4	4	1	5	23
51.	3	4	4	4	5	5	25
52.	4	5	5	3	3	4	24
53.	3	4	4	5	5	5	26
54.	3	3	4	5	5	5	25
55.	4	4	5	4	4	4	25
56.	3	5	5	3	2	4	22
57.	5	2	3	5	4	5	24
58.	5	3	3	3	3	3	20
59.	4	4	1	3	2	4	18
60.	4	3	4	4	4	5	24
61.	5	4	5	5	4	3	26
62.	5	4	4	5	4	4	26
63.	3	5	4	3	5	3	23
64.	5	4	4	5	5	4	27
65.	4	3	4	4	4	5	24
66.	4	5	5	4	4	4	26
67.	5	1	2	5	4	3	20
68.	5	3	4	3	4	3	22
69.	5	2	3	4	4	5	23

No Respond	Risiko						Total X <sub>2</sub>
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1.	3	4	5	3	4	5	24
2.	5	3	2	3	4	5	22
3.	3	3	3	5	5	4	23
4.	1	2	5	4	5	4	21
5.	1	2	4	5	5	2	19
6.	3	5	1	2	3	4	18
7.	4	1	4	4	3	2	18
8.	2	2	2	4	3	1	14
9.	5	4	2	5	4	5	25
10.	2	2	5	3	4	1	17
11.	4	5	4	4	2	5	24
12.	4	3	4	5	5	5	26
13.	3	5	4	5	5	5	27
14.	2	1	3	4	3	1	14
15.	4	3	4	4	2	2	19
16.	5	4	4	4	4	4	25
17.	5	4	5	3	4	3	24
18.	4	3	3	1	3	4	18
19.	5	4	4	5	3	4	25
20.	3	1	2	1	1	2	10
21.	3	4	2	2	3	3	17
22.	5	4	5	5	5	3	27
23.	5	4	5	5	4	5	28
24.	3	4	2	5	3	3	20
25.	4	5	3	3	4	2	21
26.	3	4	4	2	3	4	20
27.	5	5	5	4	5	1	25
28.	4	3	4	3	3	4	21
29.	3	3	3	3	4	1	17
30.	1	2	1	4	2	3	13
31.	5	5	5	5	4	5	29
32.	4	4	5	4	3	4	24
33.	5	5	4	4	4	4	26
34.	4	5	5	3	5	5	27
35.	2	3	3	2	5	2	17
36.	3	2	2	4	1	3	15
37.	4	5	4	5	5	4	27
38.	3	4	4	3	2	3	19

39.	3	5	4	4	2	3	21
40.	3	4	4	5	2	4	22
41.	4	3	2	2	5	4	20
42.	5	2	4	5	5	4	25
43.	5	3	3	4	2	3	20
44.	3	3	5	5	5	4	25
45.	4	5	4	2	5	4	24
46.	3	3	4	3	5	3	21
47.	5	5	4	5	5	3	27
48.	4	3	5	5	5	5	27
49.	4	5	5	4	4	5	27
50.	4	3	3	5	5	5	25
51.	4	2	5	5	4	4	24
52.	5	5	4	5	3	3	25
53.	3	4	4	5	4	4	24
54.	4	5	5	4	4	5	27
55.	4	3	4	3	5	5	24
56.	3	3	4	4	5	4	23
57.	4	5	3	5	4	3	24
58.	4	4	4	2	3	5	22
59.	2	3	3	4	4	3	19
60.	5	5	3	4	4	4	25
61.	5	4	3	5	5	3	25
62.	2	5	4	5	5	4	25
63.	4	4	1	4	5	2	20
64.	4	5	5	2	5	3	24
65.	3	5	2	5	4	5	24
66.	4	4	5	4	4	4	25
67.	5	5	3	4	1	4	22
68.	4	3	3	3	5	4	22
69.	2	3	5	1	5	2	18

No Respond	Perilaku Konsumtif						Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1.	5	5	4	4	4	4	26
2.	4	4	2	3	3	5	21
3.	4	4	4	5	5	3	25
4.	3	3	3	4	2	2	17
5.	3	5	1	5	4	3	21
6.	5	4	4	3	1	2	19
7.	3	4	2	2	3	4	18
8.	3	2	3	4	2	2	16
9.	3	5	4	5	5	4	26
10.	4	1	2	4	2	3	16
11.	5	3	4	5	5	3	25
12.	5	4	3	4	3	3	22
13.	5	5	5	3	4	4	26
14.	4	2	2	3	3	3	17
15.	3	3	2	3	4	2	17
16.	4	5	5	5	4	4	27
17.	2	5	4	5	5	5	26
18.	4	2	3	3	3	5	20
19.	5	4	4	3	3	5	24
20.	3	4	1	1	1	2	12
21.	2	5	2	5	3	5	22
22.	3	1	4	3	1	3	15
23.	5	5	5	3	5	4	27
24.	4	4	4	3	3	4	22
25.	3	3	4	1	5	2	18
26.	3	4	5	2	3	2	19
27.	4	3	5	3	4	4	23
28.	5	2	5	5	3	2	22
29.	3	3	2	3	2	1	14
30.	3	1	3	1	2	2	12
31.	3	1	2	5	2	1	14
32.	5	5	5	4	4	4	27
33.	5	4	5	4	4	4	26
34.	5	4	5	2	3	3	22
35.	2	2	3	2	3	3	15
36.	3	5	3	3	4	4	22
37.	5	5	5	3	4	3	25
38.	5	3	2	3	3	3	19

39.	4	2	3	2	3	1	15
40.	5	2	3	3	2	3	18
41.	4	3	5	5	3	3	23
42.	4	5	3	5	5	5	27
43.	5	5	3	2	3	2	20
44.	4	3	3	5	5	5	25
45.	5	4	2	5	5	1	22
46.	1	3	5	4	3	2	18
47.	5	5	5	5	3	2	25
48.	5	5	5	5	4	3	27
49.	5	3	5	4	4	4	25
50.	5	3	5	4	3	3	23
51.	5	4	4	4	4	4	25
52.	4	4	4	4	3	3	22
53.	4	5	5	5	4	4	27
54.	5	3	5	4	3	2	22
55.	5	5	3	4	3	4	24
56.	5	4	4	4	3	3	23
57.	3	3	5	5	3	3	22
58.	3	3	3	3	2	3	17
59.	4	1	4	1	4	5	19
60.	5	5	5	4	3	3	25
61.	4	4	5	5	4	4	26
62.	5	4	4	5	4	5	27
63.	3	4	3	4	3	5	22
64.	5	4	5	4	3	5	26
65.	5	4	5	5	2	4	25
66.	4	4	4	5	4	5	26
67.	3	4	5	5	4	1	22
68.	4	2	5	2	4	4	21
69.	5	2	5	5	4	3	24

### Lampiran 3 Output Hasil Pengelolaan Data SPSS

#### Uji Validitas Dan Reliabilitas

##### Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X1
X1.1	Pearson	1	.485**	.393*	.804**	.458*	.443*	.879**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.007	.032	.000	.011	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson	.485**	1	.460*	.398*	.238	.317	.699**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.007		.010	.029	.205	.088	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson	.393*	.460*	1	.272	.009	.128	.550**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.032	.010		.145	.962	.499	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson	.804**	.398*	.272	1	.450*	.350	.802**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.145		.013	.058	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson	.458*	.238	.009	.450*	1	.300	.594**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.011	.205	.962	.013		.107	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson	.443*	.317	.128	.350	.300	1	.598**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.014	.088	.499	.058	.107		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total.X1	Pearson	.879**	.699**	.550**	.802**	.594**	.598**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Validitas Risiko (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total.X2
X2.1	Pearson	1	.530**	.730**	.279	.401*	.349	.756**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.136	.028	.059	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson	.530**	1	.596**	.341	.465**	.441*	.791**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.065	.010	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson	.730**	.596**	1	.349	.491**	.390*	.823**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.059	.006	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson	.279	.341	.349	1	.236	.328	.603**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.136	.065	.059		.209	.077	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson	.401*	.465**	.491**	.236	1	.155	.652**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.028	.010	.006	.209		.414	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson	.349	.441*	.390*	.328	.155	1	.635**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.059	.015	.033	.077	.414		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total.X2	Pearson	.756**	.791**	.823**	.603**	.652**	.635**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Validitas Perilaku Konsumtif (Y)**

		<b>Correlations</b>						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Total.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.171	.463**	.148	.204	.147	.516**
	Sig. (2-tailed)		.367	.010	.435	.279	.439	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.171	1	.376*	.215	.545**	.545**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.367		.041	.254	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.463**	.376*	1	.160	.516**	.337	.718**
	Sig. (2-tailed)	.010	.041		.397	.003	.068	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.148	.215	.160	1	.282	.343	.542**
	Sig. (2-tailed)	.435	.254	.397		.131	.064	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.204	.545**	.516**	.282	1	.398*	.737**
	Sig. (2-tailed)	.279	.002	.003	.131		.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.147	.545**	.337	.343	.398*	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.439	.002	.068	.064	.029		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total.Y	Pearson Correlation	.516**	.739**	.718**	.542**	.737**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Realibilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	6

**Realibilitas Risiko (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	6

**Realibilitas Perilaku Konsumtif (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.742	6

**Uji Normalitas Data****Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80020891
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.069
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

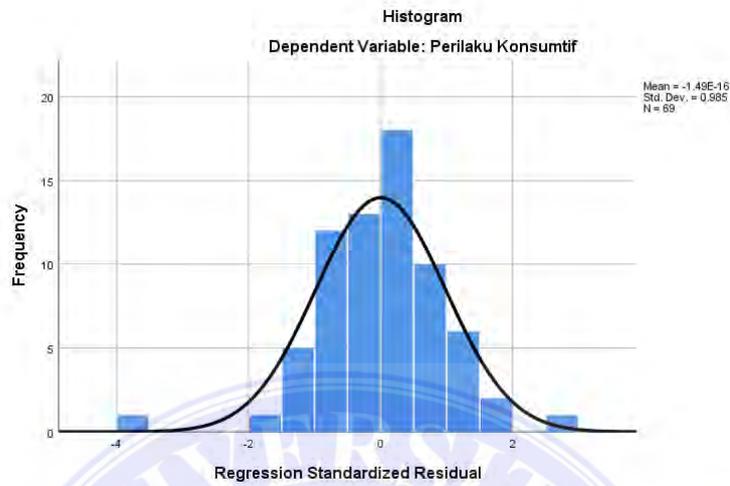
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

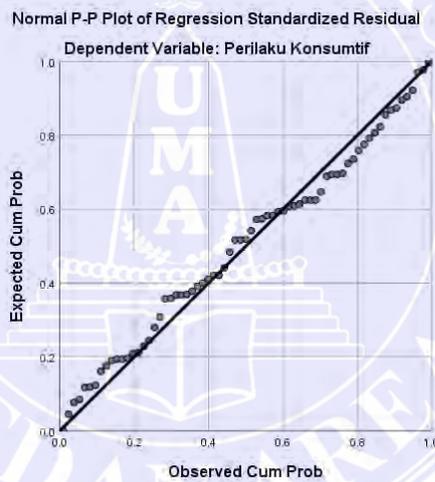
c. Lilliefors Significance Correction.

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

### Hasil Uji Normalitas Histogram



### Hasil Uji Normalitas Probability Plot

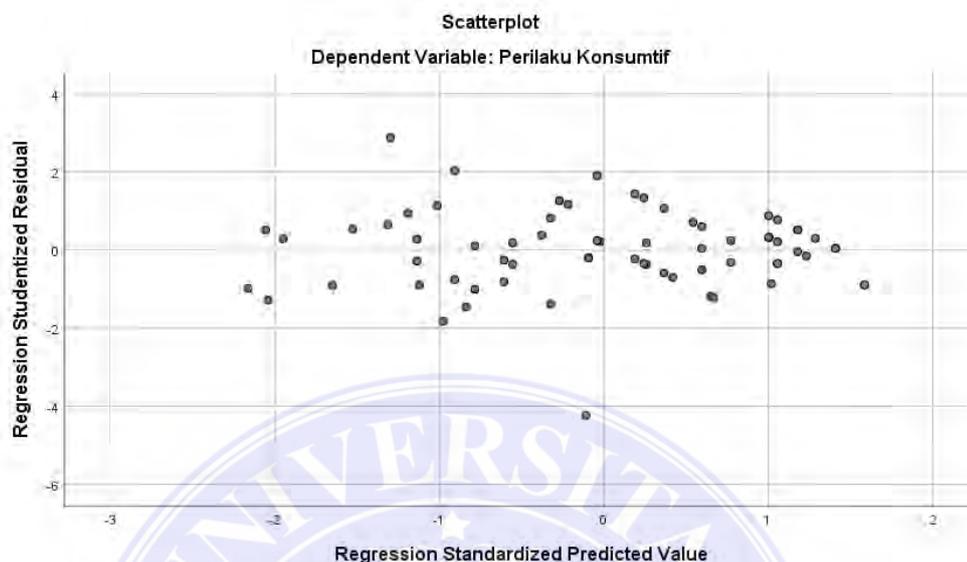


### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.640	1.301		2.029	.046		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	1.504	.129	1.427	11.632	.000	.193	5.191
	Risiko	-.653	.126	-.636	-5.189	.000	.193	5.191

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Uji Heteroskedastisitas



## Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.640	1.301		2.029	.046
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	1.504	.129	1.427	11.632	.000
	Risiko	-.653	.126	-.636	-5.189	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.640	1.301		2.029	.046
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	1.504	.129	1.427	11.632	.000
	Risiko	-.653	.126	-.636	-5.189	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

**Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	931.832	2	465.916	139.539	.000 <sup>b</sup>
	Residual	220.371	66	3.339		
	Total	1152.203	68			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	.809	.803	1.827

a. Predictors: (Constant), Risiko, Persepsi Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Lampiran 4 Distribusi  $r$  tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

**Lampiran 5 Distribusi t tabel**

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 6 Distribusi  $f$  tabel

$\alpha = 0,05$	$df_1 = k - 1$							
$df_2 = (n - k - 1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043

## Lampiran 7 Surat Pengantar Penelitian



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 215/FEB /01.1/ III /2024 15 Maret 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

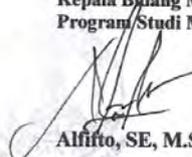
N a m a	: FADYA SALSABILA
NPM	: 208320192
Program Studi	: Manajemen
Judul	: Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi <i>Financial Technology Payment</i> ( Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara )

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi**  
**Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi**  
**Program/ Studi Manajemen**

  
**Alfito, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs

## Lampiran 8 Surat Keterangan Selesai Riset



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
 Jalan IAIN No.1 Sutomo Ujung Medan 20253  
 Telepon (061) 6615683-6622925, Faximili (061) 6615683;  
 Website: www.febi.uinsu.ac.id

---

Nomor : B-3253/Un.11.R/EB.I/KS.02/05/2024 Medan, 27 Mei 2024  
 Sifat : Biasa  
 Lamp : -  
 Perihal : Selesai Riset

Yth, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Medan Area

*Assalamu'alaikum Wr Wb.*

Dengan hormat, menindaklanjuti surat Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area Nomor : 067/FEB/01.1/I/2024 tanggal 25 Januari 2024 perihal Permohonan Izin Riset/Survei atas nama :

Nama : Fadya Salsabila  
 NPM : 208320192  
 Prog. Studi : Manajemen  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
 Judul : Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi *Financial Technology Payment* (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

Telah selesai melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Demikian kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

**Wasallam**  
 a.n. Dekan  
 Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Isnani Harahap, M.A  
 NIP. 07507202003122002

Tembusan:  
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan