

**PENGARUH DOMPET DIGITAL (E-WALLET) TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2025**

**KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA**

**JUDUL PENELITIAN:**

**PENGARUH DOMPET DIGITAL (E-WALLET) TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**



**Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
MAKASSAR  
2025**

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*"Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan setetes keringat kedua orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju, dan walaupun terlahir bukan dari kedua orang tua yang mempunyai gelar sarjana, puji syukur kepada Allah SWT saya bisa menjadi sarjana"*

**" Minta pertolongan dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah SWT bersama orang-orang sabar"**

**(QS. Al-Baqarah, 153)**

Sebenarnya tidak ada yang perlu dikhawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan hidupmu selalu mudah, tetapi. Dua kali Allah berjanji bahwa :

**"fa inna ma'al-'usri yusra inna ma'al-'usri yusra"**

**(QS. Al-Insyirah: 5-6)**

### PERSEMBAHAN

**Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik." Alhamdulillah Rabbil'alamin" Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, orang-orang hebat yang senantiasa memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini, serta almamaterku.**

### PESAN DAN KESAN

**Skripsi ini bukan sekedar tugas akhir, tapi perjalanan penuh pelajaran tentang sabar dan ikhlas. Dibalik revisi, data yang sulit, dan tekanan waktu, tersimpan banyak cerita yang membentuk diri jadi lebih kuat. Di balik lelah dan ragu, ada dukungan keluarga, teman, dan bimbingan dosen yang menjadi cahaya penguat. Setiap tetes air mata dan peluh yang jatuh adalah bukti cinta pada mimpi, dan hari ini adalah jawaban indah dari semua doa yang pernah dipanjatkan**





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*



**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Pengaruh Dompot Digital ( *E-Wallet*) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

Nama Mahasiswa : ANNIE NURMITA

No. Stambuk/Nim : 105721123721

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

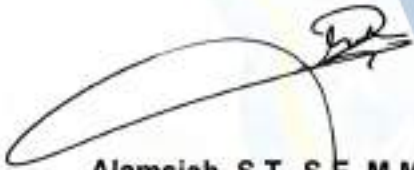
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 23 Agustus 2025 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar 29 Agustus 2025

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
**Alamsjah, S.T., S.E., M.M**  
NIDN. 0920077205


  
**Nasrullah, S.E., M.M**  
NIDN. 0914049104

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi

  
**Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M**  
NBM. 1038466

  
**Nasrullah, S.E., M.M**  
NBM: 1151 132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar



**HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi atas Nama: ANNIE NURMITA, Nim: 105721123721 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0013/SK-Y/61201/091004/2025. Tanggal 29 Safar 1447 H/ 23 Agustus 2025 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 05 Rabi'ul Awal 1446 H

29 Agustus 2025 M

**PANITIA UJIAN**

1. Pengawas Umum : Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., I.P.U (.....)  
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M  
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, S.E., M.Acc  
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Dr. Dg. Maklassa, S.Pd., M.M  
2. Nasrullah, S.E., M.M  
3. Hj. Nurinaya, S.T., M.M  
4. Alamsjah, S.T., S.E., M.M

Disahkan Oleh,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Makassar

**Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M**

NBM: 1038166





**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

*Jl. Sultan Alauddin No. 295 gedung iqra Lt. 7 Tel. (0411) 866972 Makassar*



**SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANNIE NURMITA  
Stambuk : 105721123721  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Dompot Digital ( E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

Dengan ini menyatakan bahwa:

***Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 29 Agustus 2025

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, saya buat Pernyataan,



**ANNIE NURMITA**  
**NIM: 105721123721**

Diketahui Oleh,

Dekan  
  
**D. Edr. Nurhidayah, S.E., M.M**  
**NBM: 1038166**

Ketua Program Studi

**Nasrullah, S.E., M.M**  
**NBM: 1151 132**

**HALAMAN PERNYATAAN  
PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANNIE NURMITA  
NIM : 105721123721  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Dompot Digital ( E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif  
Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 29 Agustus 2025

·buat Pernyataan,  
  
**ANNIE NURMITA**  
NIM: 105721123721



## KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Dompot Digital ( E-WALLET) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar”**.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Musriadi terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras untuk kehidupan penulis dari penulis memasuki bangku Taman Kanak -Kanak hingga bangku perkuliahan ini , sehat serta panjang umur selalu My Heroku dan Pintu Surgaku Ibu Hj. Agustina, yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus yang tiada hentinya, terimakasih atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan penulis, dan menjadi sumber kekuatan dan inspirasi ,serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah penulis . Dan ketiga saudara penulis Adrian , Alfian dan Aska tercinta terimakasih atas dukungan tulus yang membuat hari-hari penulis lebih berwarna . Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan



penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Dr. Ir. H. Abd. Rakhim Nanda, S.T., M.T., IPU, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Dr. Edi Jusriadi, S.E., M.M, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Nasrullah, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Nasrullah, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing I terima kasih banyak atas waktunya membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Alamsjah, S.T., S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing II terima kasih banyak atas waktunya membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Syarthini Indrayani, S.E., M.Si, Selaku Penasehat Akademik terima kasih banyak atas keikhlasannya membimbing penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Makassar.
7. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
8. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

9. Kepada Nenek tercinta saya dan seluruh keluarga tercinta yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan dan doa serta hiburan hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Sepupu saya ( kk keni, kk linda, adek nanda , adek kia, adek abi, adek al ), terima kasih atas dukungan,bantuan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis dan keponakan saya ( ara dan nisar ) terima kasih atas kelucuan – kelucuan yang membuat penulis tetap semangat sampai detik ini.
11. Sahabat penulis ( A.Nurul, A.Ainun, Daya, Besse, Anya) terima kasih sudah menjadi sahabat penulis sampai detik ini ,membuat penulis selalu semangat walaupun kalian tidak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini, percayalah kalian selalu mempunyai tempat spesial di hati penulis.
12. Nuratysa, Nurannisa, Na'ilah Nahda, Huswatun Hasanah dan Dwi Jenika Amaliah, terima kasih karena telah berjuang bersama untuk meraih mimpi kita bersama, dan menjadi teman baik selama perkuliahan dan selalu membantu pengerjaan skripsi ini.
13. Kepada Ade dan Yaya terima kasih selaku teman baik penulis yang telah memberikan canda tawa , bertukar cerita , dan menjadi tempat singgah penulis.
14. Kepada Hesti Amanda yang selalu menjadi tempat berkeluh kesah,dan selalu siap menjadi pendengar penulis, terima kasih telah memberi dukungan dan semangat luar biasa kepada penulis.

15. Terima kasih yang tak terhingga untuk A.febby yang selalu setia mendampingi, mengingatkan, memberi semangat, dan membantu tanpa lelah selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiranmu benar-benar menjadi energi besar yang membuat penulis mampu menyelesaikan perjalanan ini.
16. Kepada Friska Junior sekaligus teman baik penulis, terima kasih sudah membuat penulis selalu semangat dan ceria berkat cerita random kehidupan kamu setiap harinya, berkatmu penulis bisa tertawa selama pengerjaan skripsi ini.
17. Menjadi awardee BSI Scholarship adalah sebuah kebanggaan sekaligus amanah besar. Terima kasih kepada BSI yang telah memberikan kesempatan berharga ini. Semoga dengan dukungan ini penulis bisa terus belajar, berkembang, dan berbagi manfaat bagi sekitar, dan terima kasih kepada teman awardee telah hadir di kehidupan penulis.
18. Terima kasih kepada Manajemen 21F selaku teman-teman seperjuangan di bangku perkuliahan. Kebersamaan kalian adalah salah satu hal terindah dalam perjalanan studi ini.
19. Kepada 7 member BTS, terima kasih atas lagu yang selalu memotivasi penulis untuk tetap semangat, terima kasih kepada Raden & JTT Family telah hadir menghibur hari-hari penulis selama 8 bulan terakhir ini.
20. Last but not least. Terima kasih untuk Anni'e Nurmita, diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak



pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan Karya Tulis Ilmiah ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri yang bisa dibilang tidak mudah. "long story short, i survived".

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilii Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalam'alaikum Wr.Wb*

Makassar, 20 Agustus 2025

Penulis

## ABSTRAK

**ANNIE NURMITA. 2025. *Pengaruh Dompot Digital (E-Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Alamsjah dan Nasrullah.**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital (*e-wallet*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 88 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner online. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Sumber data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Instrumen penelitian menggunakan *skala Likert*. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,372 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,587 menunjukkan bahwa 58,7% variasi perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan dompet digital. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, walaupun masih dalam batas yang wajar.

**Kata kunci:** *Dompot Digital, E-Wallet, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Fintech.*

## ABSTRACT

**ANNIE NURMITA. 2025. *The Influence of Digital Wallet (E-Wallet) Usage on the Consumptive Behavior of Management Students at Muhammadiyah University of Makassar*. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Alamsjah and Nasrullah.**

*This research is a quantitative study aimed at examining the influence of digital wallet (e-wallet) usage on the consumptive behavior of students in the Management Study Program at Muhammadiyah University of Makassar. The sample consisted of 88 students selected using a simple random sampling technique. The type of data used was quantitative data obtained through an online questionnaire. Data collection was conducted by distributing the questionnaire. The data sources included both primary and secondary data. The research instrument used a Likert scale. Data analysis was carried out using simple linear regression with the help of the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 25. The results showed that digital wallet usage has a positive and significant effect on students' consumptive behavior. This is evidenced by a regression coefficient value of 0.372 and a significance level of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) was 0.587, indicating that 58.7% of the variation in students' consumptive behavior can be explained by the use of digital wallets. Thus, it can be concluded that the higher the intensity of e-wallet usage, the greater the tendency for students to exhibit consumptive behavior, although it remains within reasonable limits.*

**Keywords:** Digital Wallet, E-Wallet, Consumptive Behavior, Students, Fintech.



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN.....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
A. Tinjauan Teori.....	5
1. Dompet Digital ( <i>E-Wallet</i> ).....	5
2. Indikator Dompet Digital ( <i>E-Wallet</i> ).....	7
3. Perilaku Konsumen.....	9
4. Perilaku Konsumtif.....	11
5. Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
6. Financial Technology.....	15
B. Tinjauan Empiris /Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Pikir.....	23
D. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian.....	25

B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	25
C. Jenis dan Sumber Data .....	25
D. Populasi dan Sampel.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data .....	27
F. Definisi Operasional Variabel .....	28
G. Metode Analisis Data.....	30
H. Uji Hipotesis .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A. Gambaran Umum Studi Manajemen.....	34
B. Penyajian data (Hasil Penelitian) .....	36
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
A. Kesimpulan .....	49
B. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala likert.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan angkatan.....	36
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan aplikasi yang digunakan.....	36
Tabel 4.3. Karakteristik berdasarkan jens kelamin.....	38
Tabel 4.4 Dompot Digital (E-Wallet).....	39
Tabel 4.5 Perilaku Konsumtif.....	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas.....	42
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	44
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	46



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir .....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar .....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian .....	54
Lampiran 2 Balasan Surat Izin Penelitian .....	55
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi .....	61
Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Dompot Digital (X) .....	62
Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Perilaku Konsumtif (Y) .....	63
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas SPSS.....	64
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas SPSS .....	66
Lampiran 9 Uji Normalitas.....	67
Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana.....	68
Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis.....	69
Lampiran 12 Dokumentasi Scan Barcode Kuesioner oleh responden .....	70
Lampiran 13 Surat Keterangan Bebas Plagiasi.....	72
Lampiran 14 Hasil Plagiasi Per Bab .....	73



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dengan kemajuan teknologi, cara hidup masyarakat di seluruh dunia, termasuk Indonesia, juga mulai mengalami perubahan baik dari segi ekonomi, budaya, pendidikan, dan hubungan sosial. Dengan kemajuan teknologi, metode pembayaran langsung akan menggantikan uang tunai dalam sistem pembayaran saat ini. Perkembangan teknologi digital juga membawa perubahan perilaku individu dalam aktivitas konsumsinya. Transaksi pembayaran yang sebelumnya diproses secara tunai kini dapat diproses secara digital melalui e-wallet.

Kehadiran dompet digital di masa pandemi memang menarik karena fiturnya yang lengkap. Relatif mudah dipahami dan praktis penggunaannya, ternyata dapat membantu masyarakat mengurangi kontak fisik dan meminimalisir penyebaran COVID-19 melalui penukaran uang kertas. Ada banyak jenis dompet digital seperti Go-pay, Ovo, Dana, LinkAja, Isaku, Sakuku, Dokupay, Paytren, OctoGoMobile, Jenius, Shopepay, dll (Ayu Paramitha Febrianty & Saleh, 2023).

Perilaku konsumtif, didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan dapat dipengaruhi oleh penggunaan e-wallet (Astuti & Faujiah, 2023), kemudahan akses dan sifat pembayaran yang terasa kurang langsung dibandingkan dengan pembayaran tunai dapat mengganggu kontrol diri saat berbelanja. Hal ini berpotensi



menimbulkan masalah dalam literasi finansial dan manajemen keuangan pribadi, khususnya di kalangan generasi muda (Wijaya et al. , 2024).

Walaupun banyak penelitian mengenai e-wallet dan perilaku konsumen telah dilakukan, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai hubungan kausal antara penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif, terutama dalam konteks masyarakat Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek adopsi teknologi dan kepuasan pengguna, sementara dampak psikologis dan perilaku konsumsi yang ditimbulkan masih sedikit diteliti (Rahman et al. , 2023).

Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami fungsi dan dinamika dompet digital dalam membentuk perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Mahasiswa Manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar. Dompet digital, juga dikenal sebagai *E-Wallet*, mewakili sistem pembayaran berbasis elektronik yang memungkinkan transaksi keuangan tanpa memerlukan uang tunai atau kunjungan fisik ke lembaga perbankan. Kepraktisan ini memberikan banyak kemudahan, termasuk aksesibilitas sepanjang waktu dan proses transaksi yang dipercepat, yang dapat menyebabkan penggunaan yang lebih sering dibandingkan dengan metode pembayaran konvensional.

Sementara dompet digital menawarkan kenyamanan luar biasa, ada potensi penggunaannya yang tidak diatur untuk mengakibatkan kekurangan dalam manajemen keuangan pribadi, sehingga mengintensifkan perilaku konsumtif daripada membatasi pengeluaran. Oleh karena itu, sangat penting untuk menyelidiki lebih lanjut bagaimana

pengaruh dompet digital dapat menghasilkan efek menguntungkan atau merugikan pada perilaku konsumsi mahasiswa, serta untuk memahami dinamika yang mendasari interaksi antara teknologi keuangan kontemporer dan manajemen keuangan pribadi dalam lingkungan akademik. Tingkat taraf hidup manusia mempengaruhi gaya hidup yang di jalankan selain itu juga mempengaruhi cara berpikir dalam memaksimalkan penggunaan uang yang mereka miliki. (Haqqi, 2018)

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang konsekuensi penggunaan dompet digital pada keadaan keuangan pribadi mereka. Mengingat meningkatnya prevalensi adopsi dompet digital di kalangan mahasiswa, penyelidikan ini sangat penting untuk menumbuhkan pemahaman yang lebih mendalam tentang seluk-beluk yang melekat dalam manajemen keuangan pribadi dalam lanskap digital kontemporer.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Makassar, sebuah situs yang dipilih terutama karena relevansi dan keterwakilannya untuk memeriksa perilaku konsumen mahasiswa dalam kaitannya dengan pemanfaatan dompet digital, yang merupakan fokus utama dari penyelidikan ini. Pilihan tempat ini mempertimbangkan meningkatnya prevalensi penggunaan dompet digital di antara populasi mahasiswa di lembaga ini, serta potensi untuk mengakses data yang tepat dan dapat diandalkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Dompet Digital ( E-**

**Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar “**

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang tersebut , maka permasalahan penelitian ini adalah : “ Apakah dompet digital (*E-wallet*) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar ?

**C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut , tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Dompet Digital (*E-Wallet*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

**D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengkaji dan memperkaya ilmu yang berkaitan dengan Financial Teknologi khususnya mengenai Dompet Digital (*E-Wallet*) dan Perilaku Konsumtif dan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan bagi mahasiswa manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar untuk meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan Dompet Digital (*E-Wallet*)



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Teori

##### 1. Dompot Digital (*E-Wallet*)

Menurut Suyanto (2023:1), Dompot Digital atau *E-Wallet* merupakan teknologi yang memfasilitasi seseorang dalam penyimpanan, pengelolaan, serta penggunaan dana secara digital lewat smartphone, tablet maupun komputer. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Dompot Digital menawarkan banyak manfaat dan telah menjadi bagian integral dari kehidupan digital modern, sehingga memperluas kemungkinan dalam cara individu mengelola dan menggunakan dana mereka.

"Dompot elektronik merupakan aplikasi perangkat lunak atau platform yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman" (Sahir, dkk 2023:116). Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Dompot Digital menjadi solusi praktis dalam era digital yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman melalui aplikasi perangkat lunak atau platform online.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Dompot Digital adalah teknologi yang memfasilitasi penyimpanan dan penggunaan uang elektronik melalui perangkat digital serta memberikan keamanan dalam pengelolaan informasi pembayaran.

Di Indonesia, penggunaan Dompot Digital semakin populer belakangan ini. Masyarakat cenderung memilih Dompot Digital karena kemudahannya dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Dengan fitur-fitur seperti pembayaran online/offline, pengiriman uang dan pembayaran tagihan, Dompot Digital menjadi pilihan yang efisien. Dompot Digital umumnya tersambung dengan rekening bank atau kartu kredit, pengguna dapat mengakses dan mengelola saldo melalui aplikasi yang diunduh di perangkat digital mereka. Transaksi dilakukan dengan memasukkan informasi yang dibutuhkan dan konfirmasi melalui metode keamanan seperti kata sandi atau sidik jari.

Suyanto (2023:6) menyebutkan keuntungan yang didapatkan ketika memakai E-Wallet adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan dan Keterjangkauan
2. Kecepatan dan Efisiensi
3. Keamanan dan Perlindungan
4. Program Loyalti dan Diskon
5. Dukungan terhadap Ekonomi Digital
6. Kecepatan Transaksi

Dapat disimpulkan bahwa terdapat keuntungan yang didapatkan saat menggunakan Dompot Digital (E-Wallet) di Indonesia antara lain adanya kemudahan dan keterjangkauan, kecepatan dan efisiensi, keamanan dan perlindungan, program loyalti dan diskon, dukungan terhadap ekonomi digital serta kecepatan transaksi.

Adapun contoh Dompot Digital yang sering diakses tahun 2022, sekaligus menjadi batasan penelitian penulis hanya untuk Pengguna EWallet dibawah ini:

1. GoPay
2. DANA
3. OVO
4. ShopeePay

Dapat disimpulkan bahwa contoh aplikasi Dompot digital yang sering diakses pada tahun 2022 antara lain GoPay, DANA, OVO dan ShopeePay. Dompot Digital tersebut memiliki fitur dan fungsi yang beragam serta bermanfaat seperti melakukan transfer, melakukan pembayaran di berbagai mitra, membayar tagihan, membeli pulsa, memberikan penawaran serta promo menarik kepada pengguna dan lain sebagainya.

## **2. Indikator Dompot Digital ( E-Wallet )**

Menurut Suyanto (2023:32) terdapat 7 Indikator yang memengaruhi pemilihan penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) antara lain:

### **1. Ketersediaan dan Kepopuleran**

Pengguna cenderung memilih Dompot Digital yang mudah diakses dan populer di Indonesia karena familiaritas dan kepercayaan

### **2. Fitur dan Fungsi**

Masing-masing Dompot Digital menawarkan beragam fitur yang berbeda, seperti membayar tagihan dan mentransfer uang. Pilihan



pengguna dalam memilih Dompot Digital dapat dipengaruhi oleh kebutuhan mereka akan fitur-fitur khusus ini.

### 3. Keamanan

Perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan Dompot Digital. Sistem keamanan yang kuat, seperti autentikasi dua faktor menjadi preferensi pengguna.

### 4. Kompatibilitas dan Integrasi

Kemampuan dompet digital untuk berintegrasi dengan platform lain yang dipakai pengguna memengaruhi pilihan terutama untuk pengguna yang aktif berbelanja online.

### 5. Biaya dan Tarif

Pengguna perlu membandingkan biaya dengan manfaat dan kemudahan penggunaan yang mereka dapatkan dari Dompot Digital tersebut.

### 6. Dukungan Pelanggan dan Layanan

Kemudahan mendapatkan bantuan teknis menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan Dompot Digital.

### 7. Reputasi dan Kepercayaan

Tingkat kepercayaan terhadap penyedia dompet digital dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dalam hal keamanan dan keandalan.

Dapat disimpulkan bahwa Indikator yang memengaruhi pemilihan penggunaan Dompot Digital (E-Wallet) antara lain adanya ketersediaan dan kepopuleran, fitur dan fungsi, keamanan,

kompatibilitas dan integrasi, biaya dan tarif, dukungan pelanggan dan layanan serta reputasi dan kepercayaan.

### 3. Perilaku Konsumen

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Adrian dkk (2022:1), menjelaskan perilaku konsumen menggambarkan cara individu atau kelompok mempertimbangkan, memutuskan, memesan, memakai, dan menilai barang guna memenuhi kebutuhan mereka. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumen merupakan proses kompleks di balik keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti preferensi personal, budaya, sosial, dan ekonomi. Penting bagi bisnis untuk memahami perilaku konsumen dengan baik agar dapat menyesuaikan strategi pemasaran, produk dan layanan mereka sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen.

John C. Mowen dan Michael Minor dalam Adrian dkk (2022:2) menjelaskan Perilaku konsumen merujuk pada proses di mana seorang konsumen mengambil keputusan terkait produk yang meliputi penerimaan, pembelian, penggunaan dan penentuan barang atau jasa yang akan digunakan. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumen menyoroti tahap-tahap penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen yaitu penerimaan, pembelian, penggunaan dan penilaian barang atau jasa menggarisbawahi kompleksitas yang terlibat dalam memahami preferensi dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan, Perilaku Konsumen adalah serangkaian prosedur

dengan menyertakan individu atau kelompok dalam mempertimbangkan, memesan, memanfaatkan serta mengevaluasi barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan mereka

Menurut Peter dan Olson dalam Nugraha (2021:11), terdapat dua jenis Perilaku Konsumen yakni Perilaku Konsumen Rasional serta Perilaku Konsumen Irrasional. Perilaku Konsumen yang Positif (Rasional) adalah aktivitas konsumsi yang dilakukan dengan penuh pertimbangan dan sesuai dengan kebutuhan yang wajar. Sementara itu, Perilaku Konsumen yang Negatif (Irrasional) adalah perbuatan konsumsi yang dimana sudah tidak didasarkan pada pertimbangan, melainkan hanya dengan keinginan-keinginan semata.

Perilaku Konsumen yang negatif memicu munculnya Perilaku Konsumtif atau Perilaku Konsumerisme yang menyebabkan pengeluaran uang yang tidak bisa kita kendalikan. Saat memutuskan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor personal seperti umur dan langkah kehidupan, profesi, kondisi keuangan, life style dan karakter serta persepsi pribadi dari pembeli. Selain itu, dengan perkembangan media internet yang sudah canggih ini memudahkan masyarakat bertransaksi online, misalnya layanan dalam pesan antar makanan dan barang. Hal tersebut juga dipengaruhi oleh penawaran promosi juga reward yang di dapat sehingga banyak yang tertarik menggunakannya.



#### 4. Perilaku Konsumtif

Menurut Albarry dalam Fatmawatie (2022:39), Perilaku Konsumtif merujuk pada kebiasaan menghabiskan uang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, lebih mengutamakan keinginan tanpa adanya prioritas atau bisa dianggap sebagai gaya hidup yang mewah. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumtif merupakan sikap boros, sehingga penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif dan mengembangkan strategi pengelolaan keuangan yang lebih seimbang dan bertanggung jawab.

Menurut Fatmawatie (2022:40), Perilaku Konsumtif merupakan kecenderungan untuk mengonsumsi produk dan layanan lebih dari yang sebenarnya diperlukan, dengan lebih menekankan pada keinginan daripada kebutuhan. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Perilaku Konsumtif berfokus pada keinginan daripada kebutuhan dasar, sehingga dapat menyebabkan pemborosan sumber daya, penumpukan barang yang tidak perlu dan tekanan finansial.

Dari kedua pengertian diatas, dapat ditarik simpulan Perilaku Konsumtif merupakan kecenderungan untuk mengonsumsi produk dan jasa yang tidak begitu diperlukan dan lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan dan tanpa skala prioritas.

Yuniarti (2015:33) menyatakan dengan meningkatnya produksi, distribusi, peredaran barang dan jasa serta pengaruh iklan, pola pikir masyarakat menjadi terpengaruh. Sehingga budaya

konsumtif muncul sebagai upaya untuk mencocokkan gaya hidup yang dipromosikan dalam iklan. Fenomena budaya konsumtif ini tampaknya tak terelakkan dalam era modern yang dipenuhi dengan kemajuan teknologi. Setiap individu menginginkan sesuatu yang lebih sederhana dan praktis didapatkan, ini didukung dengan *inovasi* teknologi keuangan yaitu metode pembayaran secara digital yang dapat membantu segala aktivitas pembelian secara *online* lebih cepat di proses dan didapatkan dengan cara menggunakan metode pembayaran digital.

Menurut Fatmawatie (2022:43), faktor-faktor yang memengaruhi Perilaku Konsumtif baik dari faktor internal maupun faktor eksternal, mencakup:

a. Faktor internal yang terdiri dari:

1. Motivasi

Dorongan dalam individu yang mempengaruhi untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.

2. Proses serta Pengalaman Belajar Konsumen

Melibatkan pengamatan serta pembelajaran dari informasi yang diperoleh, sehingga dapat memengaruhi Perilaku Konsumtif.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah kebiasaan dan karakteristik yang melekat pada individu.

#### 4. Konsep Diri

Konsep diri diartikan seperti cara individu memandang dan menggambarkan mengenai dirinya.

#### 5. Keadaan Ekonomi

Pengaruh situasi keuangan individu terhadap keputusan pembelian.

#### 6. Gaya Hidup

Gaya hidup berarti Cara individu memilih untuk menggunakan waktu dan uangnya. Konsep gaya hidup happy shopping adalah salah satu pola perilaku yang banyak diadopsi oleh remaja saat ini, yang berkontribusi pada Perilaku Konsumtif.

#### b. Faktor Eksternal antara lain:

##### 1. Faktor Budaya

Sikap yang dimiliki bersama dan terbentuk dalam kelompok masyarakat.

##### 2. Faktor Kelas Sosial

Struktur hierarki dalam masyarakat yang mempengaruhi nilai, minat dan sikap individu terhadap konsumsi.

##### 3. Faktor Keluarga

Peran fundamental keluarga dalam membentuk Perilaku Konsumtif individu.

##### 4. Grup Referensi

Pengaruh kelompok atau individu lain dalam membentuk perilaku dan konsep pribadi seseorang serta memberikan tekanan terhadap pilihan produk dan merek.



Yuniarti (2015: 36) menguraikan Perilaku Konsumtif memberikan dampak positif serta menimbulkan dampak negatif yakni:

1. Dampak Positif antara lain:

- a) Menyediakan lebih banyak lapangan kerja karena permintaan akan barang meningkat, sehingga memerlukan lebih banyak pekerja untuk memproduksinya.
- b) Mendorong konsumen untuk meningkatkan penghasilan mereka karena mereka ingin membeli berbagai jenis barang dalam jumlah yang lebih besar.
- c) Membuka peluang pasar baru bagi produsen karena meningkatnya permintaan barang, memungkinkan mereka untuk menyediakan layanan kepada masyarakat dengan lebih luas.

2. Dampak Negatif antara lain:

- a) Menyebabkan kecemburuan sosial karena pola hidup boros yang membuat orang membeli barang tanpa memperhatikan pertimbangan harga atau kebutuhan, menyulitkan orang yang tidak mampu untuk mengikuti gaya hidup tersebut.
- b) Mengurangi peluang untuk menabung karena uang banyak dihabiskan untuk pembelian daripada disimpan.
- c) Orang lebih condong untuk mengabaikan kebutuhan di masa mendatang, sehingga saat ini seseorang akan

mengonsumsi barang lebih banyak tanpa mempertimbangkan kebutuhan di masa depan.

Dapat disimpulkan perilaku konsumtif memberikan dampak positif dan dampak negatif. Dampak positif dari perilaku konsumtif yakni ketika meningkatnya permintaan produk maka akan meningkatkan lapangan pekerjaan, dorongan untuk meningkatkan penghasilan dan membuka peluang pasar baru bagi produsen. Namun, ada dampak negatif seperti kecemburuan sosial, pengurangan kesempatan untuk menabung dan kurangnya perencanaan kebutuhan masa depan.

#### **5. Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Sembiring dalam Afyah (2020:18) menyatakan terdapat 4 Indikator Perilaku Konsumtif yakni:

- a) Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang hanya memperhatikan prestise yang terkait dengan barang tersebut
- b) Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan
- c) Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan
- d) Tidak ada skala prioritas

#### **6. Financial Technology**

Rahadi (2020:14) menguraikan Teknologi Finansial merupakan pemanfaatan teknologi pada metode finansial demi menghasilkan barang, fasilitas, teknologi serta bentuk usaha baru yang mampu memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas metode finansial dan efisiensi, kecepatan, kenyamanan serta kemahiran metode

pembayaran. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Teknologi Finansial sebagai bentuk pemanfaatan teknologi dalam transformasi sektor keuangan menjadi lebih mudah dan efisien

Menurut Bank Indonesia dalam Rahadi (2020:9), Teknologi Keuangan merupakan perpaduan layanan finansial dengan teknologi, alhasil mampu memperbarui model usaha yang konservatif jadi moderat. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Teknologi Keuangan memiliki dampak inovatif dalam sektor keuangan yaitu memperbarui model bisnis yang konservatif menjadi moderat.

Menurut National Digital Research Centre (NDRC) dalam Rahadi (2020:9), Teknologi Finansial mengacu pada inovasi dalam sektor layanan keuangan atau inovasi finansial yang diperkaya dengan teknologi modern, dikenal juga sebagai "Inovasi dalam Layanan Keuangan". Aktivitas transaksi yang sebelumnya mengharuskan pertemuan langsung saat ini bisa dilakukan secara digital dan terjadi dalam hitungan menit. Berdasarkan definisi tersebut diambil kesimpulan bahwa Teknologi Finansial menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas dalam keuangan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Teknologi Finansial merupakan pembaruan layanan keuangan yang memperbarui pola bisnis dari tradisional menjadi lebih modern dan memungkinkan untuk transaksi jarak jauh serta pembayaran instan, sehingga memengaruhi stabilitas keuangan dan kelancaran sistem pembayaran.



FinTech adalah bagian sektor perusahaan rintisan yang bertujuan untuk mengoptimalkan pemakaian teknologi dalam merubah, mempercepat dan meningkatkan bermacam segi pelayanan finansial yang ada sekarang. Fokusnya meliputi beragam aspek seperti teknik pembayaran, transfer uang, pinjaman, penghimpunan uang dan pengelolaan aset. Dengan adanya Teknologi Finansial, transaksi keuangan masyarakat menjadi lebih praktis dan efisien. Selain itu, FinTech juga memperluas akses masyarakat terhadap layanan keuangan serta peningkatan pemahaman mengenai literasi finansial. Tujuan utama Teknologi Finansial adalah menarik pelanggan dengan mengadakan barang dan jasa yang lebih ramah pengguna, efisien, transparan dan otomatis jika dibandingkan dengan opsi tradisional yang ada sekarang.

Pertumbuhan Teknologi Finansial di Indonesia yang awalnya hanya sekitar 7% saat ini telah meningkat menjadi hampir 80% pengguna di seluruh Indonesia. Teknologi Finansial mengalami pertumbuhan yang pesat ke berbagai bidang seperti startup pembayaran (Payment Gateway), manajemen kekayaan (Wealth Management), pembiayaan (Crowdfunding), peminjaman (Lending) dan lainnya.

Adapun jenis-jenis FinTech menurut Rahadi (2020:59) dapat disimpulkan antara lain Payment Gateway untuk memfasilitasi transaksi cepat dan aman dalam e-commerce, Dompot Digital (E-Wallet) untuk menyimpan dan melakukan transaksi dengan mudah, Manajemen Kekayaan (Wealth Management) untuk mengelola

keuangan pribadi, Pembiayaan Sosial (Social Crowdfunding) untuk mendanai kepentingan sosial bersama-sama, Peer to Peer (P2P) Lending untuk menghubungkan antar pemilik dana dan peminjam, E-aggregator untuk mengumpulkan dan membandingkan data produk untuk pengambilan keputusan, Payment, Clearing, dan Settlement untuk menyediakan layanan sistem pembayaran dan penyelesaian transaksi serta Advisory untuk menyediakan pelayanan rencana finansial serta fasilitas e-trading dan einsurance

#### B. Tinjauan Empiris /Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjelaskan tentang hasil penelitian yang relevan sebagai salah satu landasan untuk membantu dalam menjawab permasalahan yang ada pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama peneliti dan tahun peneliti	Judul penelitian	Variabel ( Kuantitatif )	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Esther Rendy Gustantio , Amelia Setiawan, Hamfri Djajadikerta (2024)	Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif , Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan (E-Wallet) Pada Generasi Z	Gaya Hidup (X), Financial Literacy (X), Persepsi Kemudahan Bertransaksi (X), Pengguna E-Wallet (Y)	Metode Kuantitatif , Teknik Pengumpulan data menggunakan kuesioner , pengambilan sampel dalam penelitian ini sampling purposive	hasil penelitian menunjukkan bahwa sementara gaya hidup konsumen dan literasi keuangan tidak secara signifikan mempengaruhi penggunaan e-wallet, persepsi kemudahan dalam



					transaksi memainkan peran penting.
2.	Ria Angelina Nur Rohmah, Nikma Yucha (2023)	Efek E-Wallet, Gaya Hidup Hedonis dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervensi pada Perilaku Konsumtif	E-Wallet (X), Gaya Hidup Hedonis(X), Kontrol Mandiri (X), Perilaku Konsumtif (Y).	Kuantitatif , Kuesioner, Teknik Sampling, SmartPLS 3.0 Path Analysis Bootstrapping method	Gaya hidup hedonistik memiliki pengaruh paling kuat dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa
3.	Beld Fitrianova Adriani ,Elyanti Rosmanidar, Zahratud Diniyah (2023)	Pengaruh Digital Payment ShoppeePay dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Pembayaran Digital ShoppeePay (X), Locus Kontrol (X), Perilaku Konsumtif (Y)	Metode kuantitatif, kuesioner. Teknik pengumpulan data , analisis yang digunakan linear berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa siswa yang menggunakan ShoppeePay dan memiliki locus kontrol tertentu lebih cenderung menunjukkan perilaku konsumtif .
4.	Tanti Rahmawati ,Situs Nurjannah, Rd Tuty Sariwulan (2023)	Pengaruh Literasi Ekonomi, penggunaan Uang Elektronik, Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia	Literasi Ekonomi (X), Penggunaan Uang Elektronik (X), Lifestyle (X), Perilaku Konsumtif (Y)	Teknik pengambilan sampel dengan Proportional Random Sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner . Teknik analisis data yang digunakan adalah uji chi-square dan korelasi rank spearma	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki efek negatif pada perilaku konsumtif yang lebih tinggi . Kemudian variabel pada penggunaan uang elektronik menunjukka efek positif pada perilaku konsumtif ,pada variabel gaya hidup memilki efek positif dan signifikan yang



					paling substansif .
5.	Andi Basru Wawo, Safaruddin, dan Nurul Qalbi (2023)	Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik sebagai Alat Transaksi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Dompot Elektronik sebagai Alat Transaksi (X), Perilaku Konsumtif (Y)	Menggunakan Metode Kuantitatif. Pengumpulan data melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala likert.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan dompot elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Akuntansi fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Univesitas Halu Oleo
6.	Alfira Dwi Astuti dan Ani Faujiah (2023)	Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta	Dompot Digital (X), Perilaku Konsumtif Perspektif Islam (Y)	Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif kuantitatif, mengumpulkan data dengan menyebarkan angket dalam bentuk Google Form	Hasilnya menyatakan terdapat hubungan dari dua variabel tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya Generasi Milenial di Yogyakarta sangat konsumtif ketika menggunakan QRIS
7.	Kepler Sinaga, Charles M Sianturi, Poppy Efrida	Pengaruh Konsumsi Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif	Penggunaan dompot digital (X), perilaku konsumtif (Y)	Metode yang digunakan pengumpulan data , analisis statistik, analisis	Hasil dari penelitian ini adalah ada dampak yang terukur,

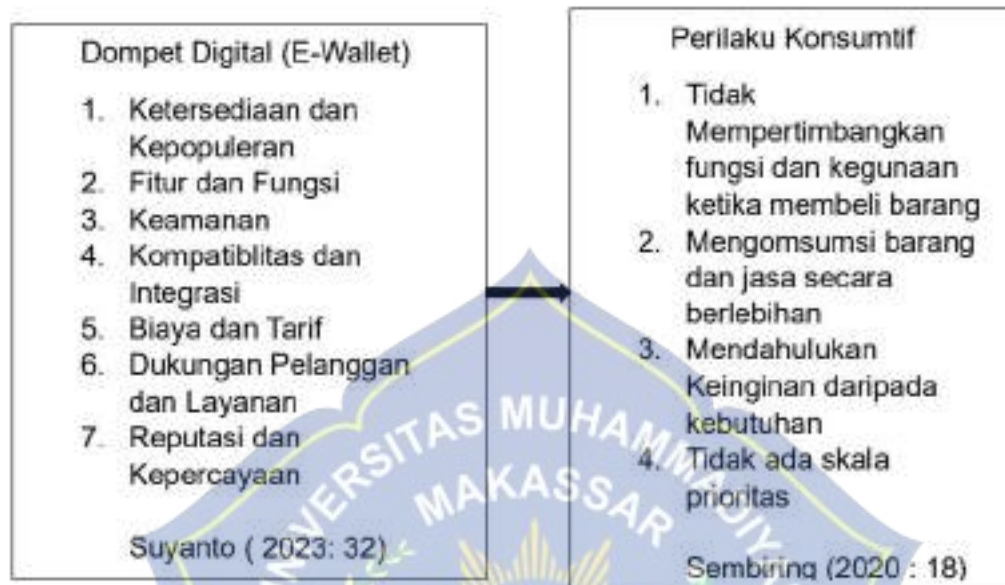
	Waruwu (2022)	Pada Mahasiswa Universitas HKBP NOMMENSEN MEDAN		deskriptif dan analisis regresi	seperti yang disarankan analisis yang dilakukan dan menunjukkan bahwa distribusi data normal, yang mendukung validitas analisis regresi
8.	Miswanto, Putri Arneta Sidik dan Muhammad Faiz Arrafi (2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi EWallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Kemudahan (X1), Manfaat (X2), Promosi Dompot Digital (X3), Lingkungan Teman Sebaya (X4), Perilaku Konsumtif (Y)	Menggunakan Metode Kuantitatif. Penelitian memakai data primer melalui kuesioner dan memakai uji analisis regresi berganda	Hasilnya menunjukkan jika kemudahan dan manfaat tidak memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan promosi serta lingkungan teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
9.	Rida Nur Afyah (2020)	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif	Uang Elektronik (X), Perilaku Konsumtif (Y)	Pada Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Pengumpulan data menggunakan angket serta menganalisis menggunakan	Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar

		Hidayatullah Jakarta)		uji analisis regresi linier sederhana	
10.	Ali Mujahidin dan Rika Pristian (2020)	Pengaruh Fintech E- Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial	Fintech E- Wallet (X), Perilaku Konsumtif (Y)	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah Metode Kuantitatif dan data yang dikumpulkan menggunakan Kuesioner ,kemudian teknik yang digunakan yaitu teknik pengambilan sampel dan analisis regresi linear berganda	Hasil dari penelitian pada variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan adalah tidak memiliki pengaruh konsumtif pada generasi milienial kemudian pada variabel persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan secara positif mempengaruhi perilaku konsumtif generasi milenial .



### C. Kerangka Pikir

Berdasarkan berbagai kajian teori tentang masing-masing variabelnya dirumuskan menjadi suatu kerangka pikir sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka pikir**

Pada gambar 2.1 dimana penelitian mengenai Pengaruh Dompet Digital (*E-Wallet*) Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Kerangka pikir menjelaskan hubungan antara variabel yang digunakan dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel Dompet Digital (*E-Wallet*) (X), Perilaku Konsumtif (Y).

#### D. Hipotesis

( Sugiyono 2018) menyatakan bahwa Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu biasanya rumusan masalah penelitian disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan.

"Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan Dompet Digital (*E- Wallet*) dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar".



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Kenale Sada, 2022).

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar Jl. Sultan Alauddin No. 259, Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu pada bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2025

#### **C. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu sumber data yang langsung diperoleh ditempat penelitian atau data dari tangan pertama yaitu Mahasiswa Manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar. Penelitian ini berdasarkan pada hasil pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada responden melalui *Google form*.



## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik Kesimpulan (Sugiyono, 2018). Jadi populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapat perhatian dengan seksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (area) atau objek penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar Tahun 2021 dan 2022 yang berjumlah 706 Mahasiswa .

### 2. Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah sebagian mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis di Unismuh Makassar. Untuk menentukan banyaknya jumlah sampel dalam penelitian menggunakan teknik *simple random sampling* . Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi ( 706 mahasiswa manajemen )

e : Margin of error ( 0.10 untuk 10% )

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$n = 706 / ( 1 + (706 \times 0,1^2))$$

$$n = 87,6 = 88 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka di ketahui jumlah sample sebanyak 88 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sample *simple random sampling* .

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner ( Angket )

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (Angket) . Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk ditanggapi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti tahu persis variabel yang diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berupa pertanyaan maupun pernyataan melalui *google form* mengenai pengaruh dompet digital (*e-wallet*) terhadap perilaku konsumtif

### 2. Instrumen Penelitian

Dengan adanya prosedur yang terstruktur, responden dapat mengumpulkan data secara sistematis yang diperoleh melalui pengukuran menggunakan Skala Likert dan menganalisisnya dengan menggunakan statistik yang relevan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang (Sugiyono, 2018). Dengan skala likert, variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel.

Tabel 3. 1 Skala likert

Skor	Keterangan
5	Sangat setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Cukup setuju (CS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

#### F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel didalam penelitian ini bertujuan agar penelitian ini terhindar dari berbagai kesalahpahaman atau bentuk penyimpangan terhadap sebuah variabel pada saat nantinya proses pada pengumpulan data. Definisi operasional dari masing – masing variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### 1. Dompot Digital ( *E-Wallet* ) (X)

“Dompot elektronik merupakan aplikasi perangkat lunak atau platform yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengelola informasi pembayaran mereka dengan aman” (Sahir, dkk 2023:116). Dompot Digital (*E-Wallet*) dapat diukur dengan menggunakan Indikator berikut

##### a. Ketersediaan dan Kepopuleran

Pengguna cenderung memilih Dompot Digital yang mudah diakses dan populer di Indonesia karena familiaritas dan kepercayaan

##### b. Fitur dan Fungsi

Masing-masing Dompot Digital menawarkan beragam fitur yang berbeda, seperti membayar tagihan dan mentransfer uang.



Pilihan pengguna dalam memilih Dompot Digital dapat dipengaruhi oleh kebutuhan mereka akan fitur-fitur khusus ini.

c. Keamanan

Perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan Dompot Digital. Sistem keamanan yang kuat, seperti autentikasi dua faktor menjadi preferensi pengguna.

d. Kompatibilitas dan Integrasi

Kemampuan dompet digital untuk berintegrasi dengan platform lain yang dipakai pengguna memengaruhi pilihan terutama untuk pengguna yang aktif berbelanja online.

e. Biaya dan Tarif

Pengguna perlu membandingkan biaya dengan manfaat dan kemudahan penggunaan yang mereka dapatkan dari Dompot Digital tersebut.

f. Dukungan Pelanggan dan Layanan

Kemudahan mendapatkan bantuan teknis menjadi pertimbangan penting dalam pemilihan Dompot Digital.

g. Reputasi dan Kepercayaan

Tingkat kepercayaan terhadap penyedia dompet digital dipengaruhi oleh reputasi perusahaan dalam hal keamanan dan keandalan.

## 2. Perilaku Konsumtif (Y)

Menurut Fatmawatie (2022:40), Perilaku Konsumtif merupakan kecenderungan untuk mengonsumsi produk dan layanan lebih dari yang

sebenarnya diperlukan, dengan lebih menekankan pada keinginan daripada kebutuhan. Dapat diukur menggunakan indikator berikut :

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, hanya memperhatikan prestise yang terkait dengan barang tersebut
- b. Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan
- c. Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan
- d. Tidak ada skala prioritas

#### **G. Metode Analisis Data**

##### **1. Analisis Deskriptif Kuantitatif**

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat Kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2018).

##### **2. Analisis Kualitas Data**

###### **a. Uji Validitas**

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu indikator pada kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran nilai dapat dilakukan dengan skor total konstruk atau variabel. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan  $r_{\text{tabel}}$  dan  $r_{\text{hitung}}$ . Sebuah butir pernyataan dikatakan valid apabila  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ .

### b. Uji Reliabilitas

Ghozali (2018:45) mengatakan Uji Reliabilitas adalah kesinambungan dari uji validitas. Pada dasarnya merupakan alat guna mengevaluasi suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas dianggap terpenuhi jika terdapat konsistensi dalam jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan atau kestabilan dari waktu ke waktu. Hal ini penting guna menjaga stabilitas dalam penelitian. Uji reliabilitas pada dasarnya mengukur variabel yang dinyatakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang dipakai. Teknik analisis *Cronbach's Alpha* dipakai untuk menghitung uji reliabilitas, dengan tingkat signifikansi yang ditentukan sesuai kebutuhan penelitian, biasanya berkisar antara 0,50, 0,60 sampai 0,70. Pada penelitian ini taraf signifikan yang dipakai adalah 0,60. Berikut kriteria pengujian yakni:

- Apabila nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , artinya alat ukur dinyatakan reliabel
- Apabila nilai Cronbach's Alpha  $\leq 0,60$ , artinya alat ukur dinyatakan tidak reliabel

### 3. Uji Normalitas

Ghozali (2018 ; 161) mengatakan bahwa maksud dari Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah pada model regresi, variabel pengganggu ataupun residual mempunyai distribusi normal. Untuk mengevaluasi apakah data memiliki data distribusi normal, maka dilakukan Uji *Kolmogorov-Smirnov test* dengan bantuan program SPSS Versi 25. Berikut kriteria pengujiaannya yakni:



- a) Apabila tingkat signifikansi (Asymp.Sig(2-tailed)) > 0.05 : berarti data berdistribusi normal
- b) Apabila tingkat signifikansi (Asymp.Sig(2-tailed)) < 0.05: berarti data berdistribusi tidak normal.

#### 4. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dipakai untuk mengetahui adanya perubahan nilai variabel dependen dan nilai variabel independen jika sewaktu-waktu terjadi (Sugiyono, 2019 : 213). Uji regresi dilakukan untuk memperkirakan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2019 : 241). Adapun rumusan analisis regresi linear sederhana sebagai berikut (Sugiyono, 2019 : 213).

$$Y' = a + b X$$

Keterangan :

$Y'$  = Nilai yang diprediksikan

$a$  = Konstanta atau bila harga  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi

$X$  = Nilai variabel independen

#### H. Uji Hipotesis

##### 1. Uji t ( Uji persial )

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa berpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan rumus:

Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis dapat dilihat sebagai berikut:

- Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti ada pengaruh positif antara variabel bebas dan variabel terikat.
- Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.

## 2. Uji Koefisien Determinasi (R)

Koefisien determinasi (R) sering ditafsirkan sebagai koefisien determinasi kumulatif. Ketika (mendekati nilai 1) dan menunjukkan lintasan ke atas disamping peningkatan jumlah variabel bebas, terutama ketika variabel bebas mencakup hampir semua variabel terikat, mungkin diperlukan untuk memastikan seberapa maju hipotesis tersebut. Namun demikian, ketika nilai koefisien determinasi (R) mulai menyimpang dari 1 dan mendekati 0, kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen menjadi semakin terbatas.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Studi Manajemen**

##### **1. Sejarah Singkat**

Program Studi Manajemen didirikan berdasarkan Surat Keputusan No.028/DIKTI/1983, yang diundangkan pada tanggal 11 September 1983, oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Prof.Dr. Nugroho Notosusanto. Program akademik ini resmi mulai beroperasi pada bulan Juli 1991, setelah diterbitkannya Surat Izin Operasional No. 1712/D/T/K-IX/2009 Pada tanggal 31 Maret 2009. Pada tahun 2014, program ini menjalani proses reakreditasi, mencapai peningkatan yang signifikan dalam status akreditasi, dari C ke B, dengan skor terkait 315, sesuai dengan Keputusan BAN PT No.251/SK/BAN-PT/Akred/S/IV/2015. Selain itu, pada tahun 2019, program studi ini berhasil menaikkan status akreditasi dari B Small menjadi B Fat, meraih skor 350, sebagaimana diatur dalam Surat Keputusan BAN PT No. 251/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2019.

##### **2. Visi dan Misi**

###### **a. Visi**

Menjadi Program Studi terkemuka di bidang Manajemen Bisnis dengan perspektif global yang berlandaskan nilai-nilai islami pada tahun 2036



### b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas di bidang manajemen bisnis yang mengintegrasikan nilai islam dan kemuhammadiyah.
- 2) Mengembangkan keilmuan manajemen bisnis melalui penelitian dan publikasi di jurnal bereputasi nasional maupun internasional.
- 3) Menerapkan hasil penelitian di bidang manajemen bisnis dalam pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- 4) Membangun kolaborasi dan kemitraan dengan lembaga profesi, instansi, pemerintah, dan swasta baik di tingkat nasional maupun internasional dalam kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat yang berbasis pada nilai-nilai islam dan kemuhammadiyah.

### 3. Struktur Organisasi



Sumber : Website Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar

## B. Penyajian data (Hasil Penelitian)

### a. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden merupakan informasi yang dikumpulkan untuk lebih memahami profil subjek penelitian. Dalam penelitian ini, karakteristik responden meliputi seluruh mahasiswa yang terdaftar di program studi manajemen pada angkatan 2021/2022. Adapun karakteristik nya pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan angkatan**

Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
2021	50	56.8%
2022	38	43,2 %
Jumlah	88	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2025

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa terdapat **50** mahasiswa dari angkatan 2021, yang mewakili sekitar **56.8%** dari keseluruhan responden. Angkatan ini memiliki pengalaman yang lebih lama dalam penggunaan dompet digital, sehingga mereka dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana penggunaan dompet digital memengaruhi kebiasaan belanja dan perilaku konsumtif mereka.

Di sisi lain, **38** mahasiswa lainnya berasal dari angkatan 2022, mencakup sekitar **43.2%** dari total responden. Meskipun jumlahnya lebih sedikit, angkatan ini memberikan perspektif yang berharga tentang bagaimana mahasiswa baru beradaptasi dengan teknologi dompet digital dan dampaknya terhadap pola konsumsi mereka di era digital.

**Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan aplikasi yang digunakan**

<b>E-Wallet</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase %</b>
DANA	31	35.2%
ShopeePAY	20	22.7%
OVO	14	15.9%
GoPAY	23	26.1%
Jumlah	88	100%

*Sumber: Data primer diolah 2025*

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa terdapat **31** responden **35.2%** yang menggunakan **DANA**. Mereka memberikan wawasan tentang bagaimana fitur dan kemudahan dompet digital ini memengaruhi kebiasaan belanja.

Kemudian sebanyak responden **22.7%** menggunakan **ShopeePAY**, menunjukkan bagaimana integrasi dompet digital dengan e-commerce memengaruhi keputusan pembelian.

Selanjutnya terdapat **14** responden dengan **15.9%** yang menggunakan **OVO**. Mereka memberikan informasi tentang bagaimana fitur seperti cashback dan promo memengaruhi pola belanja.

Kemudian yang terakhir terdapat **23** responden dengan persentase **26.1%** menggunakan **GoPAY**, dengan ini menunjukkan bagaimana dompet digital dalam layanan transportasi dan makanan memengaruhi perilaku konsumtif.



**Tabel 4.3. Karakteristik berdasarkan jens kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Perempuan	72	81.8%
Laki – laki	16	18.2%

Sumber : Data primer diolah 2025

Dari tabel 4.3 menunjukkan bahwa terdapat **72** responden perempuan, yang mewakili **81.8%** dari total peserta. Mereka memberikan wawasan tentang bagaimana dompet digital memengaruhi kebiasaan belanja.

Sedangkan sebanyak **16** responden laki-laki, yang mencakup **18.2%** dari keseluruhan peserta. Meskipun jumlahnya lebih kecil, mereka tetap penting untuk memahami perbedaan perilaku konsumtif.

#### **b. Deskriptif Variabel Penelitian**

##### **1. Jawaban responden terhadap Dompet Digital (*E-Wallet*)**

Variabel Dompet Digital (*E- Wallet*) dalam penelitian ini dinilai menggunakan 7 indikator yang terdiri dari 14 pernyataan. Tanggapan dari variabel dompet digital (*e-wallet*) yang diperoleh dari responden kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Hasil pengolahan data tersebut disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.4**  
**Dompot Digital (E-Wallet)**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean
		1	2	3	4	5		
1	X1	1	4	37	37	9	88	3.56
2	X2	1	4	38	37	8	88	3.53
3	X3	1	5	33	42	7	88	3.56
4	X4	1	4	35	40	8	88	3.57
5	X5	0	5	37	37	9	88	3.57
6	X6	1	2	39	39	7	88	3.56
7	X7	1	3	40	37	7	88	3.52
8	X8	1	2	37	41	7	88	3.58
9	X9	0	5	39	37	7	88	3.52
10	X10	1	2	40	34	11	88	3.59
11	X11	1	3	39	38	7	88	3.53
12	X12	0	3	38	38	9	88	3.60
13	X13	1	4	33	44	6	88	3.57
14	X14	1	5	34	41	7	88	3.55
Rata – Rata Dompot Digital (E-Wallet) (X)								3.56

Sumber : Data primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.4 hasil analisis menunjukkan bahwa rata – rata penilaian responden penggunaan dompet digital (*e-wallet*) adalah **3.56**, yang mencerminkan tingkat penerimaan yang cukup tinggi. Pernyataan X12 mencatat skor tertinggi (**3.60**), menunjukkan bahwa aspek ini paling disukai. Sementara itu, X7 dan X9 masing-masing memperoleh skor terendah (**3.52**), meskipun tetap di atas tingkat netral. Secara keseluruhan, responden memberikan tanggapan positif terhadap berbagai fitur dompet digital, dengan tingkat penerimaan yang bervariasi pada setiap pernyataan.

## 2. Jawaban Responden Terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini dinilai menggunakan 4 indikator yang terdiri dari 8 pernyataan. Tanggapan dari variabel perilaku konsumtif yang diperoleh dari responden kemudian dianalisis menggunakan SPSS. Hasil pengolahan data tersebut disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 4.5**

### Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Skor					Jumlah	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Y1	0	1	7	45	35	88	4.30
2	Y2	0	0	9	47	32	88	4.26
3	Y3	0	0	5	46	37	88	4.36
4	Y4	0	1	8	46	33	88	4.26
5	Y5	0	0	5	44	39	88	4.39
6	Y6	0	1	6	44	37	88	4.33
7	Y7	0	0	8	41	39	88	4.35
8	Y8	0	1	7	41	39	88	4.34
Rata – Rata Perilaku Konsumtif (Y)								4.32

Sumber: data primer diolah peneliti (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 hasil analisis, menunjukkan rata – rata perilaku konsumtif responden terkait penggunaan dompet digital adalah **4.32**, yang mencerminkan pengaruh dalam tingkat moderat. Pernyataan Y5 menunjukkan skor tertinggi (**4.39**), disusul oleh Y3 (**4.35**) dan Y7 (**4.36**), yang menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif lebih kuat pada aspek-aspek tersebut. Sebaliknya, pernyataan Y2 dan Y4 (**4.26**) menunjukkan pengaruh paling rendah, meskipun masih dalam kategori moderat. Secara keseluruhan, penggunaan dompet digital berkontribusi pada perilaku konsumtif responden dengan tingkat pengaruh yang bervariasi di setiap indikator.



### c. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana angket yang digunakan oleh peneliti dapat memberikan data yang valid dari responden. Proses uji validitas ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0.05, dan hasil dari  $r$ -hitung dapat dilihat pada output SPSS. Jika nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, dengan demikian butir pernyataan tersebut dianggap valid. Berikut adalah hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	$r$ -tabel	$r$ -hitung	Status
Dompet Digital (E-Wallet) (X)	X1	0.207	0.879	Valid
	X2	0.207	0.900	Valid
	X3	0.207	0.924	Valid
	X4	0.207	0.903	Valid
	X5	0.207	0.889	Valid
	X6	0.207	0.922	Valid
	X7	0.207	0.892	Valid
	X8	0.207	0.874	Valid
	X9	0.207	0.922	Valid
	X10	0.207	0.921	Valid
	X11	0.207	0.883	Valid
	X12	0.207	0.871	Valid
	X13	0.207	0.924	Valid
	X14	0.207	0.883	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.207	0.897	Valid
	Y2	0.207	0.903	Valid
	Y3	0.207	0.845	Valid
	Y4	0.207	0.915	Valid
	Y5	0.207	0.901	Valid
	Y6	0.207	0.897	Valid
	Y7	0.207	0.910	Valid
	Y8	0.207	0.909	Valid

Sumber: Data diolah pada SPSS 25

Tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa semua item pernyataan memiliki nilai koefisien korelasi yang positif, dengan  $r$ -hitung lebih besar daripada  $r$ -tabel. Ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh dinyatakan valid dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian data berikutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah metode untuk mengukur stabilitas dan konsistensi jawaban responden terhadap setiap butir pernyataan dalam kuesioner penelitian. Pernyataan dalam penelitian dianggap dapat diandalkan jika Cronbach's Alpha yang diperoleh  $> 0,06$ . Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Dompot Digital (E-Wallet) (X)	0.982	14	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.965	8	Reliabel

Sumber: Data diolah pada SPSS V25

Berdasarkan output pada tabel 4.7 di atas, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Dompot Digital (E-Wallet) (X) adalah  $0,982 > 0,06$ , dan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah  $0,965 > 0,06$ . Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau konsisten.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan mengetahui apakah distribusi data residual mengikuti distribusi normal atau tidak, karena data yang baik adalah data yang hampir irip dengan distribusi normal. Uji Normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel berdistribusi normal. Berikut ini tabel hasil Uji Normalitas untuk menguji data dengan menggunakan ketentuan Uji *Kolmogorov Smirnov*.

**Tabel 4.8 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96102967
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.034
Test Statistic		.060
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.		

Sumber: Data diolah pada SPSS V25

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai Kolmogorov dan Asymp sig (2-tailed) adalah 0.20 yang berarti nilai  $0,20 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi Normal.



#### 4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Model yang digunakan dalam penelitian ini yaitu persamaan regresi linear sederhana, yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Dompot Digital (*E-Wallet*) (X) berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y). Bentuk persamaan regresi linear sederhana yang digunakan yakni :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.057	1.707		9.404	.000
Dompot digital	.372	.034	.766	11.047	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah pada SPSS V25

Dari Hasil perhitungan variabel tabel diatas dapat disusun dalam suatu model berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16.057 + 0.372X$$

Keterangan :

X = Dompot Digital (*E-Wallet*)

Y = Perilaku Konsumtif

Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat dari penjelasan berikut ini :

- 1) Konstanta (a) sebesar 16.057 menunjukkan bahwa nilai partisipasi tetap adalah 16.057.
- 2) Koefisien regresi untuk Dompot Digital (*E-Wallet*) (X) sebesar 0,372 mengidentifikasikan bahwa setiap kenaikan 1% dalam nilai Dompot Digital akan meningkatkan nilai partisipasi sebesar 0,372. Koefisien regresi positif ini menunjukkan bahwa pengaruh Dompot Digital (*E-Wallet*) (X) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) bersifat positif

#### 5. Uji Hipotesis

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

Berikut ini adalah hasil uji t antara Dompot Digital (*E-Wallet*) dan Perilaku Konsumtif.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	16.057	1.707		.000
	Dompot digital	.372	.034	.766	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah pada SPSS V25

Berdasarkan tabel 4.10 dengan mengamati baris, kolom t dan sig dapat dijelaskan bahwa variabel dompet digital berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari signifikan dompet digital  $0,000 < 0,05$  dan nilai

$$t_{\text{tabel}} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 88-2-1) = (0,025; 85) = 1,988.$$

Berarti nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $11,047 > 1,988$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Dompet Digital (E-Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif secara parsial diterima.

b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.587	.582	2.97820
a. Predictors: (Constant), DOMPET DIGITAL (X)				

Sumber : data diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai korelasi (R) sebesar 0,766, yang menghasilkan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,587. Ini berarti bahwa variabel dependen (Perilaku Konsumtif) dipengaruhi oleh variabel independen (Dompet Digital E-Wallet) sebesar 58,7%.



### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Dompot Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dompet digital *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif.

Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel dompet digital diperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $11,047 > 1,988$ ), signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh positif dan signifikan dompet digital *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah makassar.

Hasil deskriptif jawaban responden menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap dompet digital *e-wallet* secara umum berada pada kategori yang baik. Ini sejalan dengan perkembangan teknologi dan kemudahan yang ditawarkan oleh dompet digital dalam transaksi sehari-hari. Sementara itu, perilaku konsumtif mahasiswa berada pada tingkat moderat, menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan untuk berbelanja berdasarkan keinginan atau tren, namun tidak pada tingkat yang ekstrem.

Hasil penelitian ini sejalan dengan 6 penelitian terdahulu dari Ria Angelina, Nur Rohmah, Nikma Yucha (2023), Beid Fitrianova Adriani, Rosmadinar, Zahratud Diniyah (2023), Tanti Rahmawati, Situs Nurjannah, Rd Tuty Sariwulan (2023), Alfira dwi Astuti dan Ani Faujiah (2023), Andi Basru wawo, Safaruddin, dan Nurul Qalbi (2023), dan Rida

Nur Afiyah (2020), terdapat pengaruh antara dompet digital terhadap perilaku konsumtif memperoleh nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $11,047 > 1,988$ ), sedangkan taraf signifikan 5% dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dompet digital e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, perbedaan dari hasil penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh perbedaan lokasi penelitian serta objek yang menjadi fokus kajian.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh dompet digital e-wallet terhadap perilaku konsumtif dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi mahasiswa terhadap penggunaan dompet digital berada dalam kategori positif, dengan rata-rata skor 3,56 mencerminkan tingkat penerimaan yang tinggi terhadap kemudahan dan fitur yang ditawarkan. Disisi lain, perilaku konsumtif mahasiswa cenderung moderat, dengan rata-rata skor 4,32 yang menunjukkan kecenderungan mahasiswa untuk berbelanja berdasarkan keinginan yang didorong oleh promosi dan diskon, namun masih dalam batas wajar. Adapun pada instrumen penelitian terbukti valid dan reliabel. Secara signifikan, dompet digital ditemukan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan kontribusi sebesar 58,7% mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pengguna dompet digital, semakin meningkat pula kecenderungan perilaku konsumtif.

#### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini mengenai "Pengaruh Dompet Digital (*E-Wallet*) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar" maka diajukan saran yaitu:

1. Bagi Mahasiswa, pentingnya untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran terhadap pengelolaan anggaran pribadi guna mengurangi kebiasaan belanja impulsif, juga dianjurkan agar memanfaatkan fitur pembatasan pengeluaran yang tidak perlu.



2. Bagi penyedia layanan dompet digital, perlu dilakukan inovasi seperti menambahkan fitur edukasi keuangan di aplikasi, dan menyediakan laporan pengeluaran terperinci, serta menciptakan fitur pengingat anggaran atau "mode hemat" yang dapat membantu pengguna mengontrol pola konsumsi mereka.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti faktor psikologis, sosial, dan budaya dalam perilaku konsumtif. Juga dapat menggunakan metode campuran untuk analisis yang lebih mendalam, serta memperluas cakupan populasi penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih representatif dan dapat digeneralisasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, dkk. (2022). *Perilaku Konsumen*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Afista, T. L., Fuadina, A. L., Aldi, R., & Nofirda, F. A. (2024). Analisis perilaku konsumtif gen-z terhadap digital e-wallet DANA. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 3344-3350.
- Afiyah, Rida. (2020). *Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Skripsi Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: tidak dipublikasikan
- Andriani, B. F., Rosmanidar, E., & Diniah, Z. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research*, 1(5), 192-212.
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 46-58.
- Fatmawatie. (2022). *E-Commerce dan Perilaku Konsumtif*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Febrianty, Devy Ayu Paramitha, and Sugianto Saleh. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif." *Jurnal Multidisiplin Borobudur* 1.2 (2023): 1-9.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261-11273.
- Haqqi, Amalia. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Pada Kota Makassar." *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 2.1 (2018).
- Miswanto, M., Sidik, P. A., & Arrafi, M. F. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 28(2), 136-151.



- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150.
- Nugraha, dkk. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Rahadi, D. R. (2020). Financial Technology. Bogor: PT. Filda Fikrindo.
- Rahman, M., Abdullah, K., & Hassan, S. (2023). Psychological Aspects of E-wallet Usage: A Systematic Review. *Journal of Consumer Psychology*, 12(4), 201-215.
- Rahmawati, T., Nurjanah, S., & Sariwulan, R. T. (2023). Pengaruh Economic Literacy, Penggunaan Uang Elektronik, Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia (Kasus Anggota Kelompok Berburusale Pada Telegram). *TRANSEKONOMIKA: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(1), 248-257.
- Rohmah, R. A. N. (2023). The Effect Of E-Wallet, a Hedonist Lifestyle with Self Control as an Intervening Variable on Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(2), 105-112.
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Manfaat Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran Terhadap Perilaku Konsumtif Individu Dengan Digital Savvy Sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859-2878.
- Sahir, dkk. (2023). Metode Pembayaran Digital. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA, cv.
- Suyanto. (2023). Mengenal Dompot Digital di Indonesia. Serang: CV. AA Rizky
- Waruwu, P. E. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan.
- Wawo, A. B., Safaruddin, S., & Qalbi, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Elektronik Sebagai Alat Transaksi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 142-153.
- Wijaya, R., Pratama, S., & Utami, D. (2024). Financial Literacy dan Penggunaan E-wallet di Kalangan Milenial. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(1), 88-102.
- Yuniarti, Vinna S. (2015). Perilaku Konsumen Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia.





# Lampiran 1 Surat Permohonan Izin Penelitian



## UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Nomor : 490/05/A.2-II/IV/46/2025 Makassar, 16 April 2025

Lamp : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Ketua LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar

Di-

Tempat

Dengan Hormat

Dalam rangka proses penelitian dan penulisan skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : ANNIE NURMITA

Stambuk : 105721123721

Jurusan : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Dompet Digital (E-Wallet) Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar

Dimohon kiranya mahasiswa tersebut dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai tempat mahasiswa tersebut melakukan penelitian

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuannya diucapkan terimakasih.

Dekan,

Dr. H. Andi Ihsan, S.E., M.Si

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar
2. Arsip

## Lampiran 2 Balasan Surat Izin Penelitian



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**



**SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN**  
 No.1089/05/A.2-III/IV/46/2025

Menindaklanjuti surat dari LP3M dengan Nomor: 6747/05/C.4-VIII/IV/1446/2025 dari Lembaga Penelitian Pengembangan dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Makassar, maka yang Bertanda Tangan dibawah ini

Nama : Dr. H. Andi Jam'an., S.E., M. Si.

NBM : 651507

Jabatan: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Memberikan kepada mahasiswa dibawah ini

Nama : Ansie Nurmita

NIM : 103721123721

Program Studi: Manajemen

Judul Skripsi : "Pengaruh Dompet Digital (E-Wallet) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar"

Dengan ini memberikan izin penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dari tanggal 21 April 2025 s.d 21 Juni 2025.

Demikian Surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar, 29 Syawal 1446 H/  
 28 April 2025 M



NBM: 651 507

Tembusan:

1. Rektor Unismuh Makassar





### Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner Penelitian

##### Assalamualaikum Wr.Wb

Dalam rangka penyelesaian skripsi, saya Anni'e Nurmita, dengan NIM 105721123721 bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Dompot Digital ( *E-Wallet* ) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar" Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/l untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

##### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Angkatan :
3. Jenis Kelamin :
4. Aplikasi yang digunakan:
  - a. DANA
  - b. ShopeePAY
  - c. OVO
  - d. GoPAY

##### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan berdasarkan pendapat anda dengan memberikan tanda checklist (✓). Pilihan jawaban pada setiap item pertanyaan, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup Setuju (CS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

## C. Daftar pernyataan

**Angket Variabel X Dompot Digital (E-Wallet)**

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1	Lebih dari dua orang di lingkungan teman sebaya saya yang memakai dompet digital					
2	Saya merasa sudah banyak pilihan aplikasi dompet digital yang ditawarkan dan dapat digunakan di Indonesia					
3	Saya merasa fitur dompet digital mudah dipahami dan mudah digunakan					
4	Adanya dompet digital membantu saya dalam melakukan pembayaran apapun					
5	Saya merasa dompet digital menggunakan sistem keamanan yang kuat					
6	Saya merasa dompet digital mempunyai informasi yang akurat					
7	Saya sering menemukan cara pembayaran menggunakan Dompot					

	digital di platform mana saja (ecommerce dll)					
8	Saya merasa penggunaan dompet digital dapat membantu proses transaksi menjadi lebih cepat					
9	Dalam bertransaksi menggunakan dompet digital saya sering dikenakan biaya layanan/biaya administrasi					
10	Adanya promo dan potongan harga menarik saat saya bertransaksi menggunakan dompet digital					
11	Saya merasa customer service dompet digital cepat dalam merespon keluhan pelanggan					
12	Pengisian saldo dompet digital mudah dilakukan dimana saja					



13	Saya memilih menggunakan aplikasi dompet digital yang dikelola oleh perusahaan ternama dan terpercaya					
14	Dompot digital mempunyai kinerja aplikasi sesuai harapan pelanggan					



### Angket Varibel Y Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
1	Saya berbelanja barang yang sedang trend dan disukai banyak orang					
2	Saya mempunyai keinginan menggunakan barang baru meskipun belum tentu dipakai					
3	Saya melakukan pembelian secara terus menerus pada barang yang sedang discount					
4	Saya berbelanja barang baru walaupun barang lama masih dapat dipakai					
5	Saya mengeluarkan uang lebih besar demi produk yang saya suka					
6	Saya berbelanja karena keinginan sesaat					
7	Saya suka membeli berbagai jenis barang berbeda sekaligus					
8	Saya suka membeli barang secara spontan tanpa direncanakan					

#### Lampiran 4 Distribusi Frekuensi

- Angkatan

Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
2021	50	56.8%
2022	38	43,2%
Jumlah	88	100%

- Aplikasi yang digunakan

E-Wallet	Jumlah Responden	Persentase %
DANA	31	35.2%
ShopeePAY	20	22.7%
OVO	14	15.9%
GoPAY	23	26.1%
Jumlah	88	100%

- Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase %
Perempuan	72	81.8%
Laki – laki	16	18.2%



**Lampiran 5 Tabulasi Kuesioner Dompot Digital (X)**

[illegible]

### Lampiran 6 Tabulasi Kuesioner Perilaku Konsumtif (Y)

No Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
1	4	5	5	4	4	4	4	5	35
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	4	4	5	5	5	5	38
4	5	4	5	5	5	4	5	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	4	4	5	4	4	4	5	5	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	5	4	5	4	5	5	5	4	37
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	4	5	5	5	5	5	37
15	2	3	3	3	3	2	3	3	22
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	4	4	4	5	4	5	36
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	5	4	5	5	5	5	5	38
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	5	4	4	4	4	4	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	5	5	5	5	5	5	4	5	38
30	4	5	4	4	5	4	4	4	34
31	5	4	5	4	4	5	4	4	33
32	4	5	5	5	5	5	4	4	34
33	4	4	5	4	4	4	4	4	33
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	5	4	4	4	5	4	4	34
36	4	4	4	3	4	4	3	4	30
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	4	4	4	4	4	4	4	5	33
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	5	5	4	5	5	4	5	5	38
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	5	4	4	4	4	4	33
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	4	3	4	4	4	4	4	4	31
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	5	4	4	4	4	33
54	4	4	4	5	5	5	5	5	38
55	5	4	4	5	5	4	5	5	37
56	4	4	4	4	4	4	5	5	35
57	3	3	4	3	4	3	4	4	28
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	5	4	34
60	3	3	3	3	3	3	3	3	24
61	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	5	4	4	4	4	4	33
65	4	4	4	4	5	4	4	4	33
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	3	3	3	3	3	3	3	3	24
68	4	4	4	4	4	3	4	3	30
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	4	4	4	4	4	4	5	34
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	5	4	5	4	4	5	5	5	37
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	5	5	40
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	4	4	4	4	5	5	5	4	35
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	3	3	4	3	4	4	4	3	28
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	5	5	5	5	5	5	5	39

## Lampiran 7 Hasil Uji Validitas SPSS

## Uji Validitas Dompot Digital (X)

		Correlations														
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	XTOTAL
X1	Pearson	1	.811**	.848**	.763**	.797**	.781**	.756**	.781**	.793**	.788**	.748**	.823**	.774**	.801**	.891**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2	Pearson	.811**	1	.798**	.812**	.814**	.797**	.770**	.778**	.828**	.803**	.740**	.779**	.831**	.778**	.900**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X3	Pearson	.848**	.798**	1	.816**	.813**	.837**	.831**	.755**	.849**	.800**	.780**	.839**	.830**	.836**	.924**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X4	Pearson	.763**	.812**	.816**	1	.763**	.758**	.822**	.806**	.839**	.829**	.811**	.744**	.838**	.749**	.903**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X5	Pearson	.797**	.814**	.813**	.763**	1	.815**	.778**	.758**	.814**	.867**	.745**	.738**	.815**	.784**	.889**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X6	Pearson	.781**	.797**	.837**	.758**	.815**	1	.820**	.800**	.837**	.857**	.873**	.763**	.882**	.807**	.922**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X7	Pearson	.756**	.770**	.839**	.822**	.758**	.820**	1	.783**	.788**	.847**	.779**	.738**	.763**	.781**	.882**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X8	Pearson	.781**	.798**	.798**	.839**	.758**	.822**	.783**	1	.788**	.810**	.763**	.713**	.786**	.704**	.874**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X9	Pearson	.793**	.828**	.800**	.830**	.814**	.837**	.756**	.758**	1	.845**	.790**	.803**	.882**	.756**	.920**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
X10	Pearson	.788**	.803**	.839**	.829**	.758**	.822**	.847**	.810**	.845**	1	.870**	.768**	.822**	.811**	.921**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
X11	Pearson	.748**	.740**	.780**	.811**	.745**	.872**	.726**	.767**	.788**	.816**	1	.704**	.844**	.770**	.883**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
X12	Pearson	.823**	.779**	.839**	.744**	.738**	.780**	.738**	.713**	.863**	.769**	.704**	1	.775**	.747**	.871**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
X13	Pearson	.774**	.831**	.830**	.839**	.815**	.882**	.750**	.796**	.862**	.823**	.844**	.775**	1	.800**	.924**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
X14	Pearson	.801**	.778**	.836**	.749**	.784**	.807**	.781**	.704**	.756**	.811**	.770**	.747**	.800**	1	.883**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
XTOTAL	Pearson	.897**	.900**	.924**	.903**	.889**	.922**	.892**	.874**	.922**	.921**	.883**	.871**	.924**	.883**	1
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		

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



### Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)

		Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.825**	.723**	.781**	.735**	.777**	.776**	.796**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y2	Pearson Correlation	.825**	1	.694**	.813**	.765**	.758**	.765**	.808**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y3	Pearson Correlation	.723**	.694**	1	.745**	.739**	.755**	.747**	.693**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y4	Pearson Correlation	.781**	.813**	.745**	1	.839**	.744**	.824**	.817**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y5	Pearson Correlation	.735**	.735**	.732**	.839**	1	.783**	.810**	.754**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y6	Pearson Correlation	.777**	.758**	.755**	.744**	.783**	1	.783**	.832**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y7	Pearson Correlation	.776**	.765**	.747**	.824**	.810**	.783**	1	.903**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
Y8	Pearson Correlation	.796**	.808**	.693**	.817**	.754**	.832**	.903**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88
YTOTAL	Pearson Correlation	.887**	.903**	.845**	.915**	.901**	.887**	.910**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88

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

## Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas SPSS

### • Uji Reliabilitas Dompot Digital (X)

**Case Processing Summary**

		N	%
Case	Valid	88	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0
Total		88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	% of Items
.982	14

### • Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)

**Case Processing Summary**

		N	%
Case	Valid	88	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	0
Total		88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

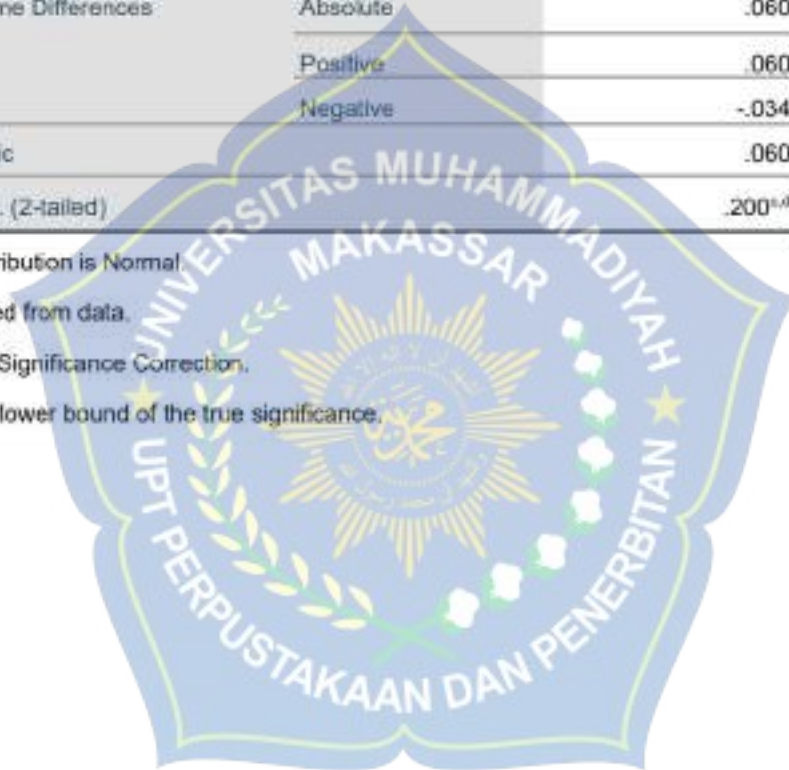
Cronbach's Alpha	% of Items
.985	8

## Lampiran 9 Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.96102967
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.034
Test Statistic		.060
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.





### Lampiran 10 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	DOMPET DIGITAL (X) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

b. All requested variables entered.

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.057	1.707		9.404	.000
	DOMPET DIGITAL (X)	.372	.034	.766	11.047	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

### Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis

- Uji Parsial (uji t)

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	16.057	1.707		.000
	DOMPET DIGITAL (X)	.372	.034	.766	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

- Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.587	.582	2.97820

a. Predictors: (Constant), DOMPET DIGITAL (X)

**Lampiran 12 Dokumentasi Scan Barcode Kuesioner oleh responden**





### Dokumentasi Bukti Pengisian Kuesioner oleh responden



### Lampiran 13 Surat Keterangan Bebas Plagiasi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat Kantor: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90222 Telp. (0411) 866572, 861593, Fax. (0411) 865588



#### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Annis Nurmita

Nim : 105721123721

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	25%	10 %
2	Bab 2	20%	25 %
3	Bab 3	9%	10 %
4	Bab 4	4%	10 %
5	Bab 5	0%	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang dilakukan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan  
Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan  
seperlunya.

Makassar, 26 Juli 2023

Mengesah,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



**Lampiran 14 Hasil Plagiasi Per Bab**

Bab I ANNIE NURMITA

105721123721

by Takap Tutup

Submission date: 16 Jul 2025 09:23AM UTC+0700  
Submission ID: 2715678258  
File name: BAB I - 105721123721.docx (214 KB)  
Word count: 567  
Character count: 4723



Bab I ANNIE NURMITA 105721123724

ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



ejournal.borobudur.ac.id  
Internet Source

2%

Exclude quotes

Exclude bibliography



## Bab II ANNIE NURMITA

105721123721

by Tahap Tutup

Submission date: 16 Jun 2025 07:11:00 (GMT+7:00)  
Submission ID: 3711638888  
File name: BAB II - 2025-07-16/10/2025.docx (112 KB)  
Word count: 2190  
Character count: 15,046



Bab II ANNIE NURMITA 705721123721

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES<sup>1</sup>

0%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

repository.usbypkp.ac.id  
Internet Source

20%

amartakarya.co.id  
Internet Source

&lt;1%

repository.uma.ac.id  
Internet Source

&lt;1%

Exclude matches

Exclude matches





### Bab III ANNIE NURMITA

105721123721

by Tahap Tutup

Submission date: 16 Jul 2023 09:14:57 (GMT+7:00)

Submission ID: 2771670040

File name: Bab III - 2023-07-16 09:14:57 (GMT+7:00)

Word count: 1367

Character count: 8164



## Bab III ANNIE NURMITA 105721123721

## ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARTY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES



repository.usbypkp.ac.id

Internet Sources

7%



repository.uin-suska.ac.id

Internet Sources

2%

Excluded sources

Excluded bibliography

Excluded sources



## Bab IV ANNIE NURMITA

105721123721

by Tahap Tutup

Submission date: 16 Jul 2025 09:25:47 (UTC+0700)  
Submission ID: 7715679093  
File name: BAB\_IV\_2025-07-16T09:18:13.161+07:00.73K2  
Word count: 1764  
Character count: 11575





# Bab IV ANNIE NURMITA 105721123721

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNAL SOURCES

1%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

EXTERNAL SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah Buton

Student Paper

1%

2

andynuriman.files.wordpress.com

WordPress Website

1%

3

123dok.com

Document Collection

1%

4

eprints.uny.ac.id

Electronic Journals

1%

5

lingkungan.ft.unand.ac.id

Electronic Journals

<1%

6

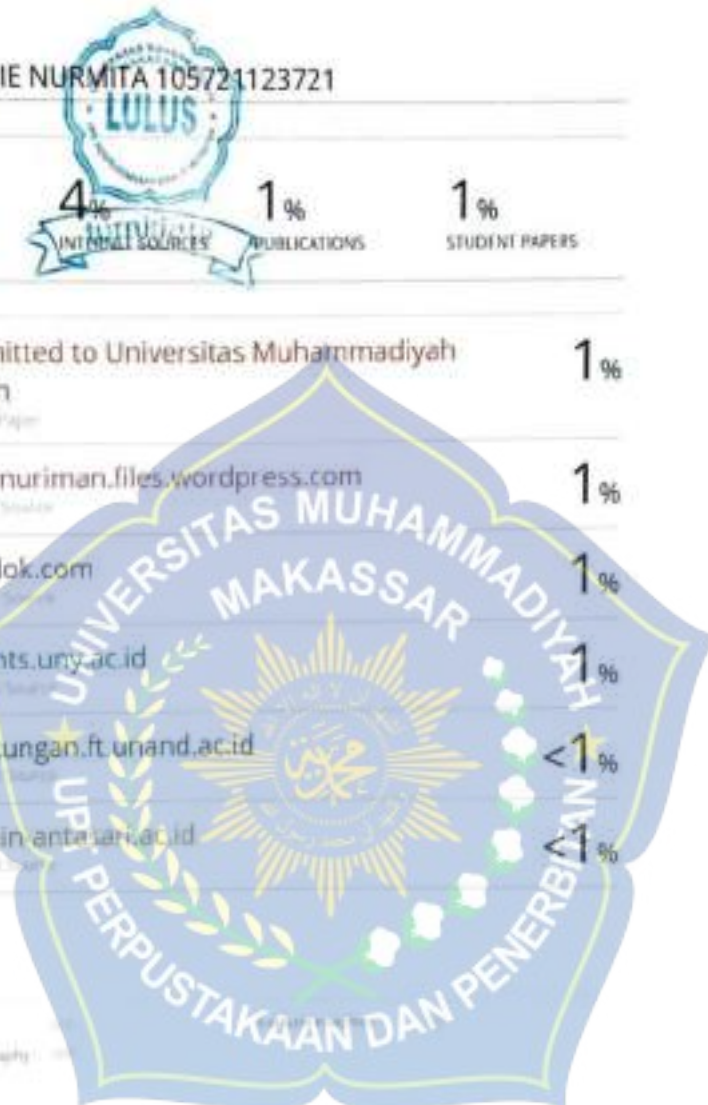
idr.uin-antasari.ac.id

Electronic Journals

<1%

Excluded Quotes

Excluded Bibliography



## Bab V ANNIE NURMITA

105721123721

by Tahap Tutup



Submission date: 16-Jul-2025 09:25AM (UTC+0700)

Submission ID: 2715679666

File name: BAB\_V\_-\_2025-07-161091811.652.docx (22.29K)

Word count: 253

Character count: 1790

Bab V ANNIE NURMITA 105721123721

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude references





## BIOGRAFI PENULIS



**ANNIE NURMITA**, Panggilan Anni'e lahir di Lapai pada tanggal 03 Agustus 2002. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Musriadi dan Ibu HJ. Agustina. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Dusun 4 Kelurahan Lapai, Kecamatan Ngapa, Kabupaten Kolaka Utara, Provinsi Sulawesi

Tenggara. Peneliti pernah menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 1 Lapai pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 1 Ngapa dan selesai pada tahun 2017, ditahun yang sama menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 1 Pakue lulus pada tahun 2020, kemudian pada tahun 2021 melanjutkan pendidikan perguruan tinggi dan terdaftar sebagai salah satu mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar sampai sekarang. Peneliti mengambil program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Makassar. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar