

Pengaruh Intensitas Penggunaan Kartu Plastik dan Mobile Payment terhadap Consumer Behavior: Studi Kasus Mahasiswa FEBI UINSU

Lismaini Agustin, Marliyah, dan Wahyu Syarvina

Fakultas Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara

lismainiagustin@gmail.com, marliyah@uinsu.ac.id, wahyusyarvina@uinsu.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the use of ATM cards and the use of mobile payments on consumer behavior in FEBI UINSU students. This study uses a quantitative approach. Data collection used a questionnaire with a simple random sampling technique of 98, but I rounded it up to 100 respondents. With an active student record of 2021 FEBI UINSU. The use of plastic cards and mobile payments contributes 89.4% to consumer behavior, the remaining 10.6% is explained by other variables outside this research model. The results of the t test concluded that the variable use of plastic cards and mobile payments had a positive and significant effect on consumer behavior (consumption behavior) in FEBI UINSU students. Based on the ANOVA test, the F-count was obtained at 411,118 which was greater than the F-table (3.09), it was concluded that the use of plastic cards and mobile payments had a simultaneous effect on consumer behavior (consumption behavior) of students at the Islamic Economics and Business Faculty of UIN Sumatra Utara.

Keywords: Plastic Card, Mobile Payment, Consumer Behavior, Consumption Behavior, Intensity

ABSTRAK

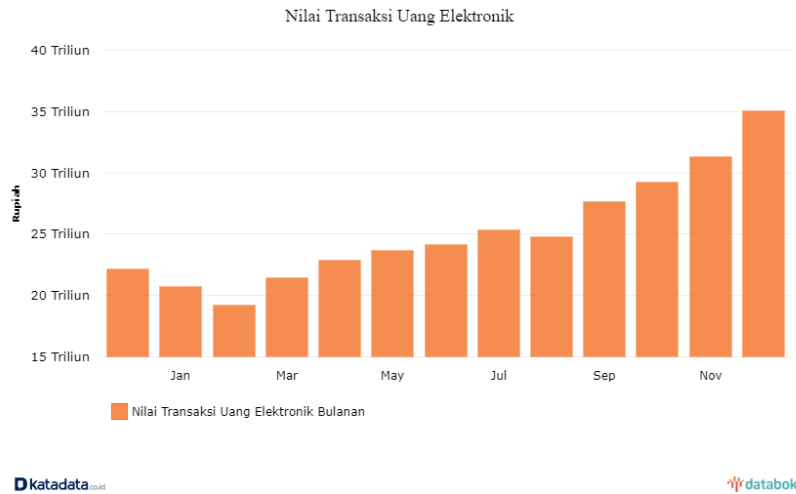
Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan kartu ATM, dan penggunaan *mobile payment* terhadap *consumer behavior* (perilaku konsumen) pada mahasiswa FEBI UINSU. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan teknik simple random sampling sebanyak 98, namun saya bulatkan menjadi 100 responden. Dengan catatan mahasiswa aktif 2021 FEBI UINSU. Penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* memiliki kontribusi sebesar 89,4% terhadap *consumer behavior*, sisanya 10,6% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar model penelitian ini. Hasil dari uji t disimpulkan bahwa variabel penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* (perilaku

konsumsi) pada mahasiswa FEBI UINSU. Berdasarkan uji ANOVA, F-hitung diperoleh sebesar 411.118 lebih besar dari F-tabel (3.09), disimpulkan bahwa penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* berpengaruh secara simultan terhadap *consumer behavior* (perilaku konsumsi) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.

Kata Kunci: *Kartu Plastik, Mobile Payment, Consumer Behavior, Perilaku Konsumsi, Intensitas*

PENDAHULUAN

Sebelum era Sistem Moneter, pembayaran dilakukan dengan sistem barter atau disebut dengan *silent tread*. Di Indonesia bentuk uang kartal sudah digunakan sejak zaman penjajahan. Uang tunai memang memberi kemudahan dalam bertransaksi. Namun sejalan dengan perkembangan ekonomi dan teknologi, penggunaan uang tunai dirasa cukup praktis hanya untuk transaksi dengan nilai kecil. Majunya teknologi pada sistem pembayaran, menggeser fungsi uang tunai menjadi non tunai (Nurbaiti, 2020). Perkembangan teknologi juga telah mengubah gaya hidup saat ini, yang sangat dekat dengan internet yang didukung dengan fasilitas layanan berbasis teknologi digital untuk mempermudah aktivitas sehari-hari masyarakat. Di sisi lain, penggunaan transaksi pembayaran melalui *Automatic Teller Machine* (ATM), dan kartu debit mengalami penurunan. Dari sebelumnya 600 juta transaksi di Januari tahun lalu, merosot ke 500 juta transaksi di April, atau terkoreksi 16,67 %. Meningkatnya pemakaian uang elektronik dipengaruhi oleh tingginya transaksi *e-commerce* (perdagangan elektronik). Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat beberapa perubahan dalam kehidupan manusia



Gambar 1.1

Nilai Transaksi Uang Elektronik (Katadata.co.id, 2021)

Perkembangan penggunaan di Indonesia digambarkan dalam gambar di atas. Dari gambar tersebut, terlihat bahwa perkembangan penggunaan uang elektronik terus berkembang. *Mobile payment* di Indonesia saat masih dalam tahap pengembangan, akan tetapi penggunaannya sudah banyak aktif terlibat dalam penggunaan.

Penggunaan system pembayaran ini berhubungan dengan bentuk perilaku konsumen. Bentuk pemasaran yang semakin berlomba-lomba adalah *e-commerce* atau belanja online. *E-commerce* merupakan transaksi jual beli jasa/barang melalui *online*. Perkembangan ini muncul dipengaruhi oleh perkembangan jaringan internet yang luas sehingga dapat dijangkau oleh masyarakat untuk melakukan belanja online. Peningkatan pertumbuhan penggunaan internet pada *e-commerce* mempengaruhi kegiatan ekonomi masyarakat secara nyata dan sektor riil (Desy Arigawati, 2021).

Berdasarkan hasil *survey* dari 5 mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menempuh pendidikan Strata 1 di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Temuan menunjukkan bahwa penggunaan 3 dari 5 mahasiswa lebih menyukai menggunakan kartu plastik/ ATM dibandingkan.

Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik bahwa Uang Elektronik (UE) semakin berkembang dan bervariasi seiring dengan perkembangan inovasi teknologi dan peningkatan kebutuhan masyarakat dalam penggunaan Uang Elektronik (Bank Indonesia, 2018). Namun kenyataannya, penggunaan uang elektronik atau ini masih belum merata dikalangan masyarakat bahkan mahasiswa. Banyak mahasiswa yang masih enggan menggunakan dalam pembayaran transaksi.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat di rumuskan beberapa hal sebagai berikut:

1. Apakah penggunaan kartu plastik berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa FEBI UINSU?
2. Apakah penggunaan *mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa FEBI UINSU?
3. Apakah kartu plastik dan *mobile payment* berpengaruh signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa FEBI UINSU?

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sistem Pembayaran di Indonesia

Sistem Pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana, guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi. Sistem Pembayaran lahir bersamaan dengan lahirnya konsep 'uang' sebagai media pertukaran (*medium of change*) atau *intermediary* dalam transaksi barang, jasa dan keuangan. Pada prinsipnya, sistem pembayaran memiliki 3 tahap pemrosesan yaitu otorisasi, kliring, dan penyelesaian akhir (*settlement*) (Bank Indonesia, 2021).

Pengertian Kartu Plastik

Kartu Plastik adalah Instrumen pembayaran atau kartu yang diterbitkan oleh bank atau lembaga pembiayaan yang lain yang dapat digunakan untuk alat pembayaran atas transaksi barang atau jasa, dan dapat digunakan untuk penarikan tunai. Sebagai alat pembayaran, kartu ini sangat fleksibel dan praktis (Bank, Asia, & Bca, 2010).

Menurut penelitian Muhammad Damar Hafizh, faktor-faktor yang membuat masyarakat berpindah hati menggunakan sistem pembayaran non tunai menggunakan kartu. Faktor-faktor tersebut adalah: Manfaat, Kepercayaan, Efikasi Diri, dan Kemudahan Penggunaan. Lebih lanjut, kartu plastik yang dijelaskan pada penelitian ini disebut dengan kartu kredit dan kartu debit.

Pengertian *Mobile Payment*

Mobile payment merupakan alat pembayaran dalam bertransaksi dengan menggunakan perangkat elektronik (*smartphone*) (Chen & Nath, 2008). Kepopuleran *mobile payment* pertama kali di Asia dan Eropa sebelum menjadi United States dan Canada. *Mobile payment* sendiri sangat mudah untuk digunakan dan efisien dalam menyimpan uang dalam perangkat elektronik (*smartphone*) (Gosal & Linawati, 2015).

Mobile payment dapat digunakan untuk membayar kebutuhan barang atau jasa secara non tunai apabila sudah terdaftar pada aplikasi layanan *mobile payment*. Pengisian saldo (*top up*) dapat dilakukan dengan cara pergi ke gerai yang bersangkutan secara langsung, via transfer melalui ATM, SMS Banking, *Mobile Banking*, dan sebagainya (Yulianto et al., 2016).

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan terdiri dari faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas dan pengaruh sosial. Faktor-faktor tersebut mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan untuk mempermudah seseorang dalam bertransaksi akan mendorong seseorang untuk lebih banyak membelanjakan uangnya (G.M Cobla & Osei-Assibey, 2018).

Pengertian Intensitas

Pengertian intensitas menurut Pierewan “besar dan kekuatan suatu tingkah laku, jumlah energi yang dibutuhkan untuk merangsang suatu indra, ukuran fisik dari energi atau indra” (Pierewan, 2016). Menurut chaplin , dijelaskan bahwa intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap. Sedangkan pada kamus besar Bahasa Indonesia adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensnya (Chaplin, 2017).

Pengertian *Consumer Behavior* (Perilaku Konsumen)

Menurut Normawati (Normawati, 2013), pengertian perilaku konsumen adalah suatu proses atau aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Perilaku konsumen terhadap barang maupun jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu pendapatan, selera konsumen, dan harga barang disaat kondisi yang lain tidak berubah (Normawati, 2013). Perilaku konsumen ini didasarkan pada teori yang menjelaskan bahwa seseorang yang mempunyai pendapatan, maka dapat membeli suatu barang maupun jasa yang dikehendaknya demi mencapai kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkannya.

Mowen dan Minor dalam Bulan (2014), mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah suatu proses individu dalam melakukan pemilihan, pembelian, penggunaan, dan penghentian konsumsi barang maupun jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku Konsumsi Menurut Pandangan Islam

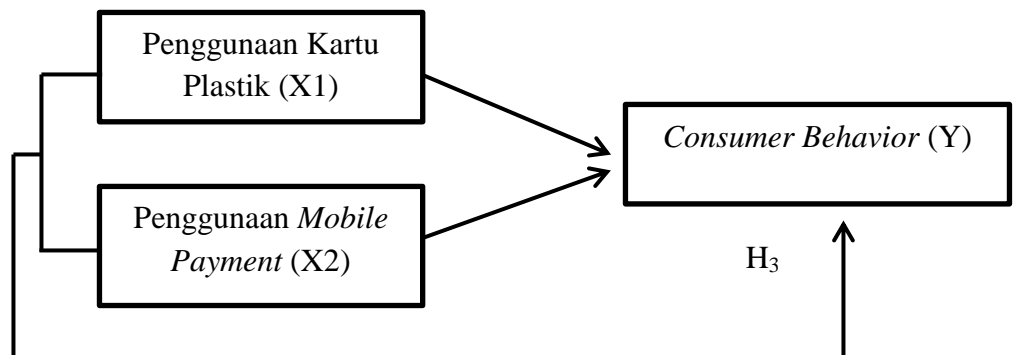
Dalam pandangan Islam, hal yang paling penting untuk dicapai adalah *Maslahah* “ *Maslahah* adalah segala bentuk keadaan, material maupun non

material yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia”. Masalah memiliki makna manfaat dan berkah (Salwa & Ekonomi, 2019).

Secara terminologi, dalam perilaku konsumsi islam mengajarkan untuk memperhatikan maqasyid al-syariah menurut Al-Imam al-Ghazali penjagaan terhadap maksud dan tujuan syariah adalah upaya mendasar untuk bertahan hidup, menahan faktor-faktor kerusakan dan mendorong terjadinya kesejahteraan. Selain itu, menurut Abdul Wahab Khallaf maqasyid al-syariah adalah tujuan umum ketika Allah menetapkan hukum-hukumNya adalah untuk mewujudkan kemaslahatan manusia dengan terpenuhinya kebutuhan yang dharuriyah, hajiyah, dan tahsiniyah.

Dalam konsumsi Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Dalam Islam memenuhi kebutuhan tidak dianjurkan berlebihan, melainkan bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak larangan bagi konsumen, salah satunya *ishrafl* (berlebih-lebihan) atau disebut juga sebagai *tabzir/ mubazir*.

KERANGKA PEMIKIRAN PENELITIAN



Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_{01} : Tidak terdapat pengaruh penggunaan kartu plastik terhadap *consumer behavior*
 H_{a1} : Terdapat pengaruh penggunaan kartu plastik terhadap *consumer behavior*
2. H_{02} : Tidak terdapat pengaruh penggunaan *mobile payment* terhadap *consumer behavior*
 H_{a2} : Terdapat pengaruh penggunaan *mobile payment* terhadap *consumer behavior*
3. H_{03} : Tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* terhadap *consumer behavior*
 H_{a3} : Terdapat pengaruh intensitas penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* terhadap *consumer behavior*

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian. Pada penelitian ini, untuk mendapatkan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada Mahasiswa S1 FEBI UINSU. Pada penelitian ini populasi yang diambil adalah mahasiswa aktif Strata 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yaitu 4422 mahasiswa aktif tahun 2021 (Sipandai UINSU, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *simple random sampling* dengan menggunakan rumus slovin. Maka sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah 97,7 dibulatkan menjadi 100 responden.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung pada penelitian ini sumber datanya didapatkan dari angket/kuesioner kepada mahasiswa yang bersedia memberikan responden sesuai dengan penelitian ini. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari

berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua) (Amalia, 2021). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh data dari Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yaitu berupa data jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU

UIN Sumatera Utara yang dulu nya adala IAIN Sumatera Utara adalah peralihan dari yang dulu nya bersifat Institut menjadi Universitas. IAIN Sumatera Utara sendiri didirikan pada tahun 1973 di Medan, yang di dukung oleh beberapa faktor diantaranya, perguruan tinggi islam yang berstatus Negeri belum ada di Sumatera Utara dan banyak nya pesantren, madrasah yang sederajat dengan SLTA sudah ada dan berkembang. Pada tanggal 19 November 2013, PMA No 81 Tahun 2013 tentang Organisasi Tata Kerja IAIN Sumatera Utara ditanda-tangani Menteri Agama. PMA itu sesungguhnya menjadi penanda bahwa FEBI telah resmi berdiri. Pada pasal dinyatakan bahwa Fakultas yang ada dilingkungan IAIN Sumatera Utara salah satunya adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Pelepasan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sumatera Utara dari Fakultas Syariah ditandai dengan pengangkatan Dr. Azhari Akmal Tarigan, M.Ag sebagai Dekan pertama yang menakhodai fakultas tersebut. Saat ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terus berkembang di bawah payung UIN Sumatera Utara dan telah mengelola 5 (lima) jurusan/program Studi, yaitu; Ekonomi Islam, Akuntansi Syariah, Perbankan Syariah, Asuransi Syariah, Manajemen dan Magister (S2) Perbankan Syariah (Andri Soemitra, 2018). Mahasiswa FEBI Saat ini telah mencapai jumlah 4300 orang dengan dukungan tenaga pengajar yang berkompeten dengna kualifikasi pendidikan megister dan doctor dari luar maupun dalam negeri.

DESKRIPSI VARIABEL**Tabel 4.1****Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
19	2	2
20	9	8,9
21	32	31,7
22	49	49,5
23	8	7,9
Total	100	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada table 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia 19 tahun berjumlah 2 orang (2%), usia 20 tahun berjumlah 9 orang (8,9%), usia 21 tahun berjumlah 32 orang (31,7%), usia 22 tahun berjumlah 49 orang (49,5%), dan usia 23 berjumlah 8 orang (7,9%). Usia responden terbanyak adalah pada usia 22 tahun sebesar 49,5%.

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki- Laki	27	27,0
Perempuan	73	73,0
Total	100	100,0

Sumber: hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Pada table 4.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang (27%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 73 orang (70%).

Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan terbanyak dengan jumlah 73 orang (73%).

Table 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan**

Jurusan	Frekuensi	Persentase (%)
Akuntansi Syariah	19	19.0
Asuransi Syariah	5	5.0
Ekonomi Islam	49	49.0
Manajemen	6	6.0
Perbankan Syariah	21	21.0
Total	100	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada table 4.3 dapat dilihat bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi responden jurusan Ekonomi Islam yaitu sebanyak 49 orang atau 49%, selanjutnya jurusan Perbankan Syariah berjumlah 21 orang atau sebesar 21%, lalu disusul jurusan Akuntansi Syariah sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, selanjutnya jurusan Manajemen berjumlah 6 orang atau sebesar 6%, dan terakhir jurusan Manajemen sejumlah 5 orang atau sebesar 5%.

Table 4.4**Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk**

Semester	Frekuensi	Persentase (%)
2018	66	66.0
2019	28	28.0
2020	3	3.0

2021	3	3.0
Total	100	100.0

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Pada table 4.4 dapat dilihat bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang menjadi responden adalah stambuk 2018 yaitu sebanyak 66 orang atau 66%, selanjutnya stambuk 2019 berjumlah 28 orang atau sebesar 28%, lalu disusul stambuk 2020 Sebanyak 3 orang atau sebesar 3%, dan selanjutnya stambuk 2021 berjumlah 3 orang atau sebesar 3%.

UJI VALIDITAS

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan kelayakan setiap butir angket yang diajukan sehingga suatu variabel dapat diidentifikasi. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari output IBM SPSS Statistics 20 berupa nilai item total statistik masing-masing butir angket. Dalam penelitian ini, besarnya df dapat dihitung $df = 100 - 2 = 98$ dan alpha 5% (0,05) didapat nilai r tabel sebesar 0,1966.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	<i>Corrected Item total Correlation (r hitung)</i>	r table	Keterangan
Penggunaan Kartu Plastik (X1)	X1.1	0.714	0.1966	Valid
	X1.2	0.779	0.1966	Valid
	X1.3	0.754	0.1966	Valid
	X1.4	0.794	0.1966	Valid
	X1.5	0.848	0.1966	Valid
	X1.6	0.899	0.1966	Valid
	X2.1	0.558	0.1966	Valid
	X2.2	0.678	0.1966	Valid

Penggunaan <i>Mobile Payment</i> (X2)	X2.3	0.749	0.1966	Valid
	X2.4	0.850	0.1966	Valid
	X2.5	0.837	0.1966	Valid
	X2.6	0.849	0.1966	Valid
	X2.7	0.842	0.1966	Valid
<i>Consumer Behavior</i> (Y)	Y.1	0.517	0.1966	Valid
	Y.2	0.617	0.1966	Valid
	Y.3	0.659	0.1966	Valid
	Y.4	0.713	0.1966	Valid
	Y.5	0.655	0.1966	Valid
	Y.6	0.683	0.1966	Valid
	Y.7	0.678	0.1966	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Dari table 4.13 di atas, terlihat bahwa r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung $>$ dari r table (0.1966) dan bernilai positif. Dengan demikian pertanyaan-pertanyaan tersebut dikatakan valid.

UJI REALIBILITAS

Uji reliabilitas dilakukan melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrument penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Suatu kuisisioner dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60.

Tabel 4.14

Hasil Uji Realibilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas <i>Cieffcient</i>	<i>Cronbach's</i> <i>Alpha</i>	Keterangan
Penggunaan kartu plastik (X1)	6 item pernyataan	0.886	Reliable

Penggunaan <i>Mobile Payment</i> (X2)	7 item pernyataan	0.881	Reliable
<i>Consumer Behavior</i> (Y)	7 item pernyataan	0.762	Reliable

Sumber: Hasil Pengelolaan Data dengan SPSS 20

Dari tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0,60. Dengan demikian variable penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* terhadap *consumer behavior* dapat dikatakan reliable.

UJI NORMALITAS

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan melihat uji *kolmogorov smirnov*.

Tabel 4.15

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kartu Plastik	<i>Mobile Payment</i>	<i>Consumer Behavior</i>
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	26.01	26.48	25.00
	Std. Deviation	2.337	4.780	2.917
Most Extreme Differences	Absolute	.168	.125	.126
	Positive	.124	.063	.093
	Negative	-.168	-.125	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.627	1.198	1.206
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102	.113	.109

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil pengujian normalitas pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai sign. Pada pengujian *kolmogrov-sminorv* pada variable kartu Plastik (X1) $0.102 > 0.05$, variable *mobile payment* (X2) $0.113 > 0.05$ dan variable *consumer behavior* (Y) $0.109 > 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal, karena nilai *asympt sign* > dari 0.05.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Uji multikolinearitas maksudnya untuk melihat adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa variabel atau semua variabel yang ada.

Tabel 4.16

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.231	.812		1.516	.133		
Kartu Plastik	.501	.033	.573	15.356	.000	.780	1.281
Mobile payment	.405	.029	.530	14.198	.000	.780	1.281

a. Dependent Variable: *Consumer behavior*

Sumber: Hasil Pengelolaan Data dengan SPSS 20

Berdasarkan hasil tabel di atas, nilai tolerance dari variabel bebas (kartu plastik dan *mobile payment*) > 0.10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heterokedastisitas merupakan suatu keadaan dimana varian dan kesalahan pengganggu tidak konstan untu semua variabel bebas. Suatu model regresi yang baik yaitu tidak terjadinya heterokedastisitas.

Table 4.17

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.755	.487		3.607	.000
Kartu Plastik	.003	.020	.015	.137	.892
Mobile payment	-.032	.017	-.209	1.855	.067

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Pengelolaan data dengan SPSS 20

- a. Nilai signifikansi variabel Kartu Plastik 0,892 > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.
- b. Nilai signifikansi variabel *Mobile Payment* 0,067 > 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas.

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Analisis persamaan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antar variabel dependent dan variebel independent.

Tabel 4. 18

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.231	.812		1.516	.133
Kartu Plastik	.501	.033	.573	15.356	.000
Mobile payment	.405	.029	.530	14.198	.000

a. Dependent Variable: *Consumer behavior*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Tabel 4.18 di atas merupakan hasil uji persamaan regresi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linear. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat:

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

$$Y = 1.231 + 0.501X_1 + 0.405X_2 + e$$

Koefisien konstanta sebesar 1.231 menyatakan bahwa jika penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* terhadap *consumer behavior* penggunaan *mobile payment* diabaikan atau sama dengan nol, maka *consumer behavior* (Y) adalah sebesar 1.231. Koefisien regresi X1 adalah sebesar 0.501 berarti bahwa setiap peningkatan penggunaan kartu plastik 1% maka akan meningkatkan *consumer behavior* sebesar 0.501 begitu juga sebaliknya. Koefisien regresi X2 adalah sebesar 0.405 berarti bahwa setiap kenaikan penggunaan *mobile payment* 1% maka akan meningkatkan *consumer behavior* sebesar 0.405 begitu pun sebaliknya.

UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji koefisien determinasi, uji parsial (t), pengujian simultan (uji F) dengan tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menjelaskan atau berfungsi untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh satu atau lebih variabel X terhadap variabel Y dengan melihat nilai R Square.

Tabel 4. 19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.946 ^a	.894	.892	1.280

a. Predictors: (Constant), *Mobile payment*, Kartu Plastik

b. Dependent Variable: *Consumer Behavior*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0.894 atau 89.4% dan sisanya (100% - 89.4%) = 10.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

UJI PARSIAL (t)

Uji t atau parsial umumnya digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). Dengan taraf signifikansi yang digunakan yaitu 0.05 atau 5%.

Tabel 4. 20

Hasil Uji Parsial (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.231	.812		1.516	.133
1 Kartu Plastik	.501	.033	.573	15.356	.000
<i>Mobile payment</i>	.405	.029	.530	14.198	.000

a. Dependent Variable: *Consumer behavior*

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan hasil uji t sebagai berikut:

Pada variabel penggunaan kartu plastik, nilai t hitung 15.356 dengan t tabel sebesar 1.98447, maka nilai 15.356 > 1.98447. Sedangkan nilai signifikan pada variabel penggunaan kartu plastik adalah sebesar 0.000 < 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan kartu plastik adalah Ha diterima dan Ho ditolak, artinya penggunaan kartu plastik berpengaruh

terhadap *consumer behavior* atau perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU.

Pada variable penggunaan *mobile payment*, nilai t hitung 14.198 dengan t tabel sebesar 1.98447, maka $14.198 > 1.98447$. Sedangkan nilai signifikan pada variabel penggunaan *mobile payment* adalah sebesar $0.000 < 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *mobile payment* adalah H_a diterima dan H_0 di tolak, artinya penggunaan *mobile payment* berpengaruh terhadap *consumer behavior* atau perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU.

UJI SIMULTAN (F)

Uji simultan (uji F) digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu penggunaan kartu plastik, dan penggunaan *mobile payment* berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu *mobile payment* (Y)

Tabel 4.21

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1347.083	2	673.542	411.118	.000 ^b
1 Residual	158.917	97	1.638		
Total	1506.000	99			

a. Dependent Variable: *Consumer behavior*

b. Predictors: (Constant), *Mobile payment*, Kartu Plastik

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 20

Dari hasil uji hipotesis uji F di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 411.118 dan nilai signifikannya sebesar 0.000. Uji ini berarti signifikansi $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* secara bersama - sama atau simultan berpengaruh terhadap *consumer behavior* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa penggunaan kartu plastik berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* pada Mahasiswa FEBI UINSU Medan. Hal ini berarti semakin besar penggunaan kartu plastik oleh mahasiswa maka akan tinggi juga pengeluaran konsumsi mahasiswa untuk belanja dengan sistem pembayaran kartu ATM.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa penggunaan *mobile payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* pada Mahasiswa FEBI UINSU Medan. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan *mobile payment* oleh mahasiswa FEBI UINSU maka akan tinggi juga pengeluaran konsumsi mahasiswa dikarenakan didorong oleh adanya diskon, promo, keamanan dan kemudahan dalam penggunaan.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa penggunaan kartu plastik dan *mobile payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *consumer behavior* mahasiswa FEBI UINSU. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat penggunaan sistem pembayaran kartu debit, kartu kredit, dan *mobile payment* maka semakin besar tingkat *consumer behavior* mahasiswa FEBI UINSU.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya maka ada beberapa saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

a. Bagi Mahasiswa

Bagi pengguna sistem pembayaran kartu plastik dan *mobile payment* terhadap *consumer behavior* khususnya pada mahasiswa FEBI UINSU Medan, agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan sistem pembayaran tersebut dengan lebih mempertimbangkan fungsi/kegunaan ketika membeli barang, mengonsumsi barang/jasa sesuai kebutuhan dan mendahulukan kebutuhan tersebut, serta menggunakan skala prioritas.

b. Bagi Penelitian Lainnya

Bagi peneliti lain, agar dapat menggunakan variabel independen (bebas) yang berbeda dan beragam, dan dapat lebih memperkuat pembahasan yang ada serta memperluas responden dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Achir, A. Y., & Kusumaningrum, T. M. (2021). Pengaruh Penggunaan Debit Card, Credit Card, E-Money, dan E-wallet Terhadap Perilaku konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 554–568.

Alrosyid, S. (2019). *Perkembangan Uang Dalam Sejarah Dunia*.

Amalia, M. (2021). Pengaruh Nilai-Nilai Modal Sosial Terhadap Kesejahteraan Generasi Milenial (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Sumatera Utara), 118.

Aisyah, Siti. (2020). Hubungan Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap Native Advertising. *Jurnal Ekonomi Islam*, 1, 204–225.

Bank Indonesia, (2020). Apa itu Uang Elektronik?, <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Apa-itu-Uang-Elektronik.aspx> diakses pada tanggal 13 Juli 2022, Pukul 18.53 wib.

Bank Indonesia. (2018). Peraturan Bank Indonesia, <https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI-200618.aspx> diakses pada 22 Juli 2022, pukul 13.25 WIB.

Bi Rahmani, Nur Ahmadi. *Metode Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi Uinsu Press, 2016.

Cahyani, Intan Aistya (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan E-Money dengan Behavioral Intention to Use Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Masyarakat di Kota Madiun)*.

- Damamah, G. dan. (2015). *Metodologi Penelitian*. Lampung: Hira Tech.
- Desy Arigawati, dkk. (2021). Pengaruh Sistem E-Payment Terhadap Peningkatan Motivasi belanja Online dan Aktivitas Sektor Rill. *Penelitian Akuntansi, 03*.
- G.M Cobla & Osei-Assibey, E. (2018). Mobile Money Adoption and *Mobile payment*: the case of student in Ghana. *International Journal of Social Economics, 45*(01).
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile payment* terhadap *Mobile payment*. *Seminar Nasioanl Dan Call for Papers (SENIMA 3)*, (Senima 3), 455–465.
- Imsar, Fahren Rozi Siregar. (2022). Implementasi Marketing Mix dalam Meningkatkan Konsumen pada Cafe Hidden Tea (Perspektif Etika Bisnis Islam). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 6 No. 2 Tahun 2022.
- Iqbal Hasan, M. . (2018). *Pokok- Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2*, Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta : Erlangga
- Loh, Xiu-Ming. (2020). *Switching from Cash to : What's the Hold-Up?*
- Marliyah, M. I. S. dan S. S. (2019). Faktor-Faktor Mempengaruhi Transaksi Non Tunai Mobile Banking di Bank Muamalat Medan. *Jurnal Kitabah, 3*(December), 1–6.
- McKitterick. (2003). *The Need for Basic Research in Marketing, Operations Research*, Vol. 4, No. 4, 460-467..
- Nurbaiti, dkk.(2020). Determinant Perception Ease of Use, Effectiveness and Risk on The Interest of Transacting Using Financial Technology (Fintech) in Medan City Community, *Jurnal of Management and Business Innovations*, Vol. 02, No. 1, 41-47,.
- Nurjannah, Irwan Misbach, Rahmawati Muin (2021). *The Maslahah of Muslim in Using E-Wallet In Makassar City*, Vol. 7, No. 1, 2442-6997.
- Sikapiuangmu, (2022), "Alat Pembayaran Makin Berkembang, Transaksi Makin Mudah, Makin Bijak Mengelolanya", <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20533> 24 Maret 2022, 21:43 wib.Sikapiuangmu. (2022).

Sipandai UINSU, Daftar Mahasiswa Aktif Strata 1 2021
https://sipandai.UINSU.ac.id/mahasiswa/tampil_aktif_fakultas/ diakses pada
23 Mei 2022, pukul 11.50 WIB

Soemitra, Andri. *Buku Panduan Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Tahun Akademik 2018/2019*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.

Syarvina, Wahyu. (2022). Aplikasi 'Urf Dalam Ekonomi Islam 'Urf Application in Islamic Economy. *Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah*, Vol. 4, Issue. 1.

Tarigan, A. A. (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi*. Medan: FEBI Press.

Thaler, R. H. (2020). *Misbehaving Terbentuknya Perilaku Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

W. Gulo. (n.d.). *Metodologi Penelitian*. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.