

## PENGARUH PENGGUNAAN KARTU DEBIT DAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI SEMARANG

Sugiarti<sup>1\*</sup>, Nabila Chusna<sup>2</sup>, Nabila Listya W<sup>3</sup>, Putri Mulia Nifsya<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Politeknik Negeri Semarang

\*Korespondensi: [sugiarti.polines@gmail.com](mailto:sugiarti.polines@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Sampel diambil secara purposive sebanyak 48 mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Metode pengumpulan data yang diterapkan adalah angket. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan bantuan *software* SPSS 26 for Windows.

Hasil menunjukkan bahwa penggunaan kartu debit tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Sedangkan penggunaan uang elektronik (*e-money*) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang. Hal ini dapat dimengerti karena uang elektronik atau *e-money* lebih simple dan mudah dalam melakukan pembayaran.

**Kata kunci** : Penggunaan, Kartu Debit, Uang elektronik, perilaku konsumtif.

### Abstract

*This research aims to determine the effect of using debit cards and electronic money (e-money) on the consumer behavior of Semarang State Polytechnic students. The sample was taken purposively as many as 48 Semarang State Polytechnic students. The data collection method applied was a questionnaire. The collected data was analyzed with the help of SPSS 26 for Windows software.*

*The results show that the use of debit cards does not have a significant positive effect on the consumer behavior of Semarang State Polytechnic students. Meanwhile, the use of electronic money (e-money) has a significant positive effect on the consumer behavior of Semarang State Polytechnic students. This is understandable because electronic money or e-money is simpler and easier to make payments.*

**Keywords:** Usage, Debit Card, Electronic money, consumer behavior.

## PENDAHULUAN

Perekonomian di dunia yang semakin melaju dengan pesat perlu didukung dengan adanya sistem pembayaran yang cepat, efisien dan aman untuk keberlangsungan perekonomian antar negara. Sistem pembayaran yang dimaksud disebut juga dengan *electronic payment system*. Sistem pembayaran ini merupakan bentuk sistem pembayaran terbaru dan perkembangan dari *paper based payment*. *Electronic payment system* yaitu elektronik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bertransaksi baik melalui kartu debit maupun kartu kredit (Hassan et al., 2020).

Perkembangan ekonomi diikuti dengan berkembangnya sistem pembayaran. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumsi, salah satunya berkembangnya teknologi. Berkembangnya teknologi menjadikan sistem pembayaran ikut berkembang juga, yang awalnya memakai uang tunai hingga sekarang menjadi pembayaran tidak tunai atau non tunai.

Perubahan uang saat ini amat pesat mengikuti perkembangan teknologi yang ada, baik kertas maupun logam dengan *electronic money* (Adiyanti, 2015). Uang elektronik atau *e-money* merupakan suatu bentuk konversi dari uang nyata atau *cash money* ke dalam *virtual money*. Pada transaksi pembayaran, dengan adanya uang elektronik seseorang tidak perlu membawa uang secara nyata atau *cash*. Uang dipindahkan tempat lain dalam sistem digital sehingga ketika orang ingin melakukan transaksi hanya perlu menggesekkan kartu, dimana di dalam kartu tersebut terdapat saldo uang yang dimiliki (Lecturer & Lecturer, 2017).

Mahasiswa sebagian besar masih menggantungkan biaya hidup pada orang tua, disisi lain tidak bisa lepas dari jerat iklan dan tawaran yang ada di lingkungan yang ada. Keadaan demikian membuat banyak dari mahasiswa rela bekerja *part time* untuk bisa memenuhi kebutuhan mengimbangi kondisi lingkungan teman-temannya. Ketergantungan mahasiswa atas uang yang diberikan orang tuanya dipengaruhi pula oleh status sosial ekonomi dari orang tua itu berasal. Semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua akan berpengaruh terhadap besaran uang yang dikirimkan kepada anaknya, begitu juga sebaliknya. Secara langsung hal ini akan berpengaruh pada pola pengeluaran yang dilakukan. Sementara itu kebutuhan konsumsi mahasiswa yang tinggal dengan orang tua dan yang kos berbeda.

Penelitian yang dilakukan Ramadani (2016) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan kartu debit terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut penelitian, penggunaan kartu debit berbanding lurus dengan pengeluaran mahasiswa. Semakin sering kartu debit digunakan maka semakin tinggi pengeluaran yang dilakukan. Secara psikologis, seseorang akan mengeluarkan uang dengan lebih mudah apabila uang yang dipegang dalam bentuk non tunai. Hal ini karena menggunakan uang elektronik lebih mudah, cepat, dan efisien apabila dibandingkan dengan menggunakan uang tunai, bisa berdampak pada perilaku mahasiswa menjadi lebih konsumtif.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Ramadani (2016) dengan tujuan ingin mengetahui pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang.

### **Kartu Debit dan Uang Elektronik**

Kartu debit adalah alat pembayaran yang memungkinkan pemegangnya untuk melakukan transaksi pembelian atau penarikan dana langsung dari rekening bank terkait (Sudibyo et al., 2018). Tidak seperti kartu kredit, uang yang dikeluarkan langsung ditarik dari rekening, sehingga dapat melakukan pembayaran seperti menggunakan uang tunai.

Ada dua jenis uang elektronik. *Pertama*, uang elektronik yang dananya disimpan dalam sebuah *chip* yang umumnya terdapat dalam sebuah kartu, dimana transaksinya dilakukan secara langsung tanpa menggunakan internet (*offline*). *Kedua*, uang elektronik yang dananya disimpan pada data di sebuah *server*, dimana transaksinya dilakukan secara *online*. Uang elektronik jenis kedua ini umumnya terdapat dalam sebuah aplikasi pada telepon seluler.

Menurut Fatimah & Suib (2019) uang elektronik yang dimaksud adalah sebuah bentuk alat pembayaran elektronik yang nilainya didasarkan pada uang fisik yang

disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit. Nilai uang tersebut kemudian disimpan dalam media elektronik seperti server, chip, kartu plastik, atau harddisk komputer, yang memungkinkan nilainya digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi nilai uang pada media uang elektronik. Uang elektronik diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor oleh pemegang kepada penerbit, disimpan secara elektronik dalam media seperti server atau chip, dan bukan merupakan simpanan, melainkan digunakan sebagai alat pembayaran (Darmayanti & Girindratama, 2021).

## **Perilaku Konsumtif**

Lestarina (2017) menjelaskan definisi perilaku konsumtif sebagai aktivitas pembelian barang yang tidak bertujuan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan tindakan ini dilakukan berkali-kali sehingga membuat berlebihan dalam menggunakan uang. Penelitian lain yang serupa yaitu penelitian Puryasari (2019) bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut yang berarti bahwa naiknya gaya hidup menjadi lebih mewah akan menaikkan tingkat perilaku konsumtif, dan begitupun sebaliknya.

## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Perilaku Konsumtif (Kotler, 2005) dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu:

### **a. Faktor Budaya**

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

#### 1) Peran Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lain.

#### 2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

#### 3) Kelas Sosial Pembeli

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah kenggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

### **b. Faktor Sosial**

Selain dari faktor budaya, perilaku individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial antara lain:

#### 1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan maereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan meghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang

mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

## 2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

## 3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran diharapkan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status mereka dalam masyarakat.

### c. Faktor Personal

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi terdiri dari:

#### 1) Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

#### 2) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva.

#### 3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

### d. Faktor Psikologis

#### 1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang merupakan kekuatan pada diri individu dan menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan suatu produk.

#### 2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana dengan individu yang termotivasi tersebut kemudian bertindak? Hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian.

### 3) Konsep diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

### 4) Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

### 5) Kontrol Diri

Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya kontrol diri terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional.

### 6) Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku yang terjadi pada konsumen dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

## Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Noto, 2019) tentang pengaruh uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret, membuktikan bahwa dengan adanya uang elektronik membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Hal ini dikarenakan mudahnya bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik, selain itu mahasiswa juga menilai bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik lebih efisien, cepat, aman dan nyaman.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2020) tentang pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumen, mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah UNISBA Angkatan 2015. Hasil penelitian membuktikan bahwa dengan menggunakan uang elektronik, kegiatan bertransaksi mereka menjadi mudah dan cepat, namun juga membuat mereka menjadi boros dan konsumtif karena adanya promo jika memakai uang elektronik.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Prihantono & Kholifah, 2023)) di Bostwana tentang *The Relationship Between Electronic-Money Penetration and Household Consumption: VECM Granger Causality Analysis* atau dapat diartikan

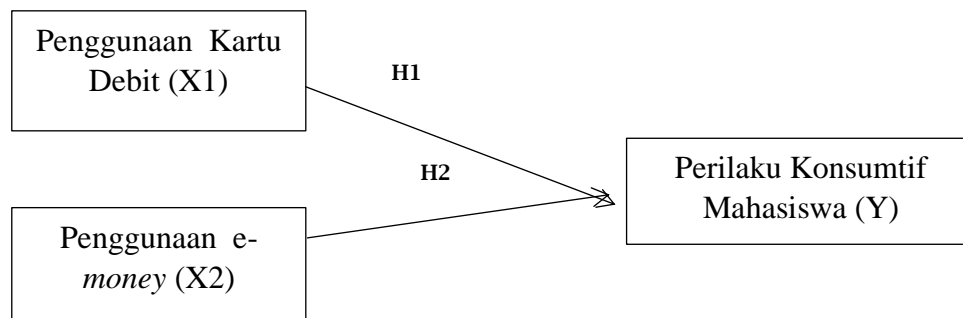
sebagai Hubungan Penetrasi Uang Elektronik dengan Konsumsi Rumah Tangga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat dari adanya uang elektronik dan konsumsi rumah tangga. Data yang diambil untuk penelitian ini adalah data jumlah transaksi yang menggunakan ATM, uang elektronik dan data konsumsi rumah tangga di Botswana. Adanya peningkatan penggunaan e-money secara grafis dan adanya peningkatan konsumsi rumah tangga di Botswana. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah gerai ATM selama masa studi, yaitu dari tahun 2007 - 2017.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Adiyanti, 2015), tentang pengaruh pendapatan, manfaat, kemudahan penggunaan, daya tarik promosi, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan layanan e-money yang bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan e-money. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Universitas Brawijaya, hasil penelitian membuktikan bahwa pendapatan yang besar akan mempengaruhi seseorang untuk menggunakan e-money selain itu juga ada faktor kemudahan, daya tarik promosi dan tingkat keamanan yang baik juga mempengaruhi seseorang dalam menggunakan layanan e-money.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Anggraini, 2013) tentang analisis pengaruh pendapatan nasional, inflasi, dan suku bunga terhadap konsumsi rumah tangga di Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh pendapatan nasional, inflasi serta suku bunga terhadap konsumsi rumah tangga Indonesia. Menggunakan data time series dianalisis dengan regresi linear berganda dan diestimasi menggunakan metode OLS (Ordinary Least Square). Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada peningkatan pendapatan nasional terhadap konsumsi masyarakat di Indonesia, sedangkan pada tingkat inflasi tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan pada suku bunga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap konsumsi rumah tangga.

Penelitian oleh (Farida Rohmah, S.Pd., 2017) tentang perkembangan uang elektronik pada perdagangan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari adanya penggunaan electronic money pada perdagangan di Indonesia. Menggunakan data time series dianalisis dengan regresi berganda, metode Ordinary Least Square (OLS). Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara penggunaan *electronic money* terhadap perdagangan di Indonesia selama periode 2009 - 2017.

Penelitian oleh (Insana & Johan, 2021), tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap penggunaan e-money, dilakukan secara langsung pada minimarket Indomaret di Kecamatan Binjai, Kota Binjai. Penelitian bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konsumen terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (e-money). Hasil penelitian membuktikan bahwa perilaku konsumen dapat berpengaruh terhadap penggunaan e-money di Minimarket Indomaret Kecamatan Binjai.



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

Sumber: Data Diolah, 2024

### Rumusan Hipotesis:

H1 = Penggunaan kartu debit berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang

H2 = Penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang

### METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Semarang (Polines) yang pernah menggunakan layanan kartu debit dan uang elektronik untuk kepentingan bertransaksi. Diambil sampel sebanyak 43 responden dengan teknik purposive sampling yaitu yang pernah menggunakan layanan kartu debit dan uang elektronik (*e-money*) yang digunakan sebagai data primer penelitian.

Variabel Independen dalam penelitian ini adalah Persepsi Manfaat Kartu Debit dan Persepsi Manfaat Uang Elektronik bagi responden yang menggunakan kartu debit dan menggunakan uang elektronik dalam bertransaksi diukur dengan 5 skala likert mulai dari sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju. Sedangkan Variabel Dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines yang mengkonsumsi suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu, diukur dengan 5 skala likert mulai dari Sangat Setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

Dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang akan digunakan untuk pengumpulan data. Selanjutnya setelah data terkumpul dilakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis Regresi Linear Berganda, pengolahan data menggunakan software SPSS.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Analisis Deskriptif

Dari 43 responden yang mengisi kuesioner, diketahui bahwa mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang atau 81% dengan responden mayoritas dari jurusan akuntansi sebanyak 28 orang atau 65%. Peneliti melakukan analisis skor rata-rata yang diperoleh pada setiap variabel untuk memperoleh hasil posisi jawaban mayoritas responden. Hasil yang diperoleh adalah nilai rata-rata per variabel, untuk variabel Penggunaan Kartu Debit

menurut persepsi 43 responden adalah 78,4%, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi responden terhadap item-item pernyataan tentang variabel Penggunaan Kartu Debit dinyatakan tinggi. Nilai rata-rata variabel Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) menurut persepsi 43 responden adalah 97,2%, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi responden terhadap item-item pernyataan variabel Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) dinyatakan tinggi. Sedangkan nilai rata-rata variabel Perilaku Konsumtif menurut persepsi 43 responden adalah 84%, sehingga dapat diartikan bahwa persepsi responden terhadap item-item pernyataan tentang variabel minat penggunaan dinyatakan cukup tinggi.

## 2. Statistik Analitik

### a. Uji F (Anova)

**Tabel 1. Uji F (ANOVA)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.080	2	128.540	5.756	.006 <sup>b</sup>
	Residual	893.199	40	22.330		
	Total	1150.279	42			

Sumber: Data Diolah 2024

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Uang Elektronik (Emoney), Penggunaan Kartu Debit

Berdasarkan tabel ANOVA menunjukkan bahwa Penggunaan Kartu Debit dan Penggunaan Uang Elektronik (*e-money*) secara serentak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines.

### b. Uji T

**Tabel 2. Uji T (Coefficients<sup>a</sup>)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.285	3.478		8.708	.000
	Penggunaan Kartu Debit	.261	.199	.266	1.309	.198
	Penggunaan Uang Elektronik (Emoney)	-6.170	1.992	-.630	-3.098	.004

Sumber: Data Diolah 2024

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines

Berdasarkan tabel *Coefficients* dapat diketahui bahwa Penggunaan Kartu Debit tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines, sedangkan Penggunaan Uang Elektronik (*E-money*) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Polines.

## SIMPULAN

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan kartu debit tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa tidak ada cukup bukti untuk mendukung hipotesis adanya pengaruh penggunaan kartu debit terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.



Di sisi lain, terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan e-money dan perilaku konsumtif mahasiswa. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan e-money, semakin tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan e-money yang efektif dan efisien membuat mahasiswa lebih cenderung menggunakan e-money untuk bertransaksi, yang pada gilirannya meningkatkan perilaku konsumtif mereka.

Kesimpulannya, penggunaan e-money memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dibandingkan dengan penggunaan kartu debit. Ini menekankan pentingnya pemahaman dan pengelolaan yang bijak terhadap penggunaan alat pembayaran elektronik untuk menghindari perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

## KETERBATASAN DAN SARAN

### Keterbatasan

Meskipun penelitian tentang pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Politeknik Negeri Semarang memberikan wawasan yang berharga, namun ada beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Generalisasi: Penelitian ini mungkin memiliki keterbatasan dalam generalisasi hasilnya.
2. Metode Pengumpulan Data: Metode pengumpulan data yang digunakan mungkin tidak mencakup seluruh spektrum perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Variabel Tambahan: Penelitian ini mungkin tidak mempertimbangkan variabel tambahan yang dapat memengaruhi hasil, seperti tingkat pendapatan, kebiasaan pengeluaran, atau pemahaman tentang manajemen keuangan.
4. Waktu Penelitian: Waktu penelitian yang terbatas mungkin tidak mencakup variasi musiman dalam perilaku konsumtif.
5. Faktor Eksternal: Adanya faktor-faktor eksternal yang tidak terkontrol, seperti promosi dari penyedia layanan pembayaran digital atau perubahan kebijakan ekonomi, juga dapat memengaruhi hasil penelitian namun tidak dipertimbangkan secara langsung.

### Saran

1. Perlu dilakukannya penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel yang lain seperti pendapatan, gaya hidup, emosi
2. Memperluas objek penelitian

## DAFTAR PUSTAKA

Adiyanti, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1-13. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1590/1456>

Anggraini, Y. (2013). Analisis Pengaruh Pendapatan Nasional, Inflasi, Dan Suku Bunga Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 2(1), 56.

- Darmayanti, I. R., & Girindratama, M. W. (2021). Pengaruh Subjective Norm, Attitude Dan Perceived Behavioural Control Terhadap Intention to Use Parkir Elektronik. *Owner*. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.396>
- Farida Rohmah, S.Pd., M. S. (2017). PENGARUH PENDAPATAN, MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAYA TARIK PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN E-MONEY (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9-15.
- Fatimah, S., & Suib, M. S. (2019). TRANSFORMASI SISTEM PEMBAYARAN PESANTREN MELALUI E-Money DI ERA DIGITAL (Studi Pondok Pesantren Nurul Jadid). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/10.30659/ekobis.20.2.96-108>
- Hassan, A., Shukur, Z., & Hasan, M. K. (2020). An Efficient Secure Electronic Payment System for E-Commerce. *Computers*. <https://doi.org/10.3390/computers9030066>
- Insana, D., & Johan, R. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 17, 413-434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Kotler, P. (2005). The role played by the broadening of marketing movement in the history of marketing thought. *Journal of Public Policy and Marketing*, 24(1), 114-116. <https://doi.org/10.1509/jppm.24.1.114.63903>
- Lecturer, G. E., & Lecturer, M. J. (2017). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business Evaluation of Factors Influencing Adoption of Accounting Information System by Small to Medium Enterprises in Chinhoyi*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:17524663>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1-6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Noto, A. (2019). *Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/e73v5>
- Prihantono, G., & Kholifah, A. (2023). The Effect of Electronic Money Transactions on Household Consumption. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 8, 157-172. <https://doi.org/10.20473/jiet.v8i2.44716>
- Puryasari, R. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stkip Pgri Tulungagung. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 1-14. <https://doi.org/10.30599/utility.v3i1.520>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8, 1-8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Sari, A., Malik, Z., & Hidayat, Y. (2020). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Perilaku Konsumen. *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 1. <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.19202>
- Sudibyo, S. D., Maarif, M. S., Sukmawati, A., & Affandi, M. J. (2018). Analysis of Factors Affecting People's Behavior in Using Electronic Payment Instruments. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 14(2), 108-119. <https://doi.org/10.33830/jom.v14i2.156.2018>