

Analisis Perbandingan E-commerce, E-wallet dan Lingkungan Teman Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi dan Mahasiswa Manajemen)

Oleh:

Wahidatul Munawaroh,
Fityan Izza Noor Abidin

Program Studi Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Mei, 2024



Pendahuluan

Fenomena

1. Kemudahan e-commerce:

- Mahasiswa semakin mengendalikan e-commerce untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka.
- Kemudahan penggunaan e-commerce dapat menciptakan pola pembelian yang impulsif (pembelian sesuatu tanpa fikir panjang)
- Pembelian muncul ketika adanya tren yang terjadi

2. Promosi e-wallet:

- E-wallet menjadi alat bertransaksi online dengan penawaran promosi yang menggiurkan.
- Promo dapat memicu keputusan konsumtif yang tidak terencana

3. Lingkungan teman:

- Lingkungan teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk seseorang selera konsumsi mahasiswa.

Temuan Penting Penelitian

Research Gap

1. Kemudahan e-commerce terhadap perilaku konsmtif :

- Hasil berpengaruh (Siti Amanatus Solikhah, Hajar Rohmadi Kusuma Putra, Melinda Aliana Kartika Wati, 2023)
- Hasil yang tidak berpengaruh (Rizky Ayu Ananda, Elyanti Rosmanidar, Solichah, 2023)

2. Promosi e-wallet terhadap perilaku konsmtif :

- Hasil berpengaruh (Miswanto, Putri Arneta Sidik, Muhamad Faiz Arrafi, 2021)
- Hasil yang tidak berpengaruh (Gilda Pramesti, Azizah, Eva Purnamasari, Endang Sulistiyani, Dika Vivi Widyanti, 2023)

3. Lingkungan teman terhadap perilaku konsmtif:

- Hasil berpengaruh (Fitriani, 2020)
- Hasil yang tidak berpengaruh (Irdhiana Ilma Haq, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidianti, Hengky Widhidanono, 2023)

Keterbaruan Penelitian

Perbedaan variabel

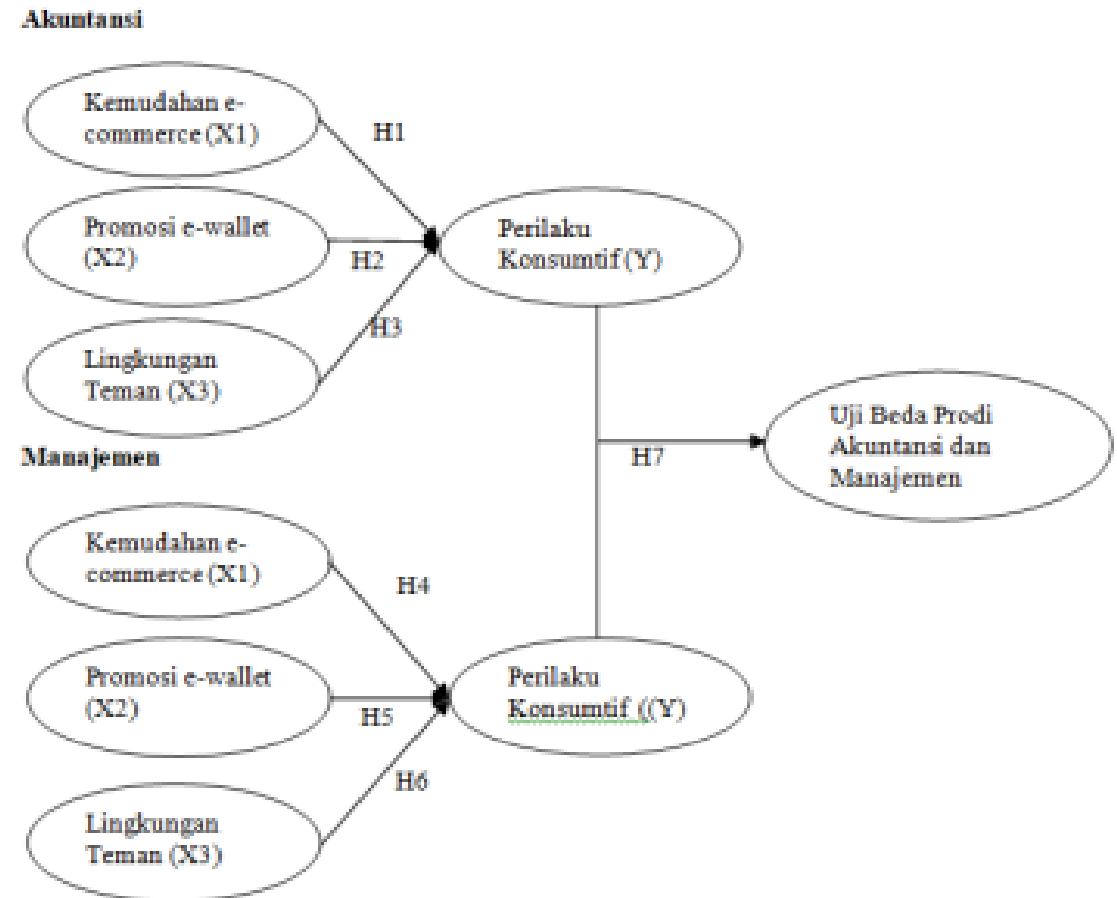
Objek Penelitian

Menggunakan Uji beda

Hipotesis

Tujuan Penelitian:

Untuk menguji dari beberapa variabel tersebut apakah terdapat pengaruh pada perilaku konsumtif mahasiswa. Dan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara mahasiswa akuntansi dan manajemen



Gambar 1 : Kerangka Konseptual

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian	Penelitian Kuantitatif
Objek Penelitian	Mahasiswa Prodi Akuntansi dan Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Sumber Data	Data primer dengan menyebarkan kuisisioner melalui google form
Populasi Penelitian	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo prodi akuntansi dan manajemen yang telah mengampu mata kuliah dari semester awal hingga akhir sebanyak 532 mahasiswa
Sampel Penelitian	Sampel penelitian sejumlah 106 mahasiswa
Teknik Analisis	<ol style="list-style-type: none">1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas2. Uji Hipotesis (Uji T parsial)3. Analisis Regresi Linier Berganda4. Uji Beda T-Test

Hasil

Uji Validitas

Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
	Akuntansi	Manajemen		
X1.1	,467	,485	,190	Valid
X1.2	,544	,366		
X1.3	,572	,526		
X1.4	,536	,296		
X2.1	,705	,641		
X2.2	,673	,400		
X2.3	,629	,512		
X2.4	,503	,490		
X2.5	,711	,490		
X3.1	,514	,545		
X3.2	,684	,739		
X3.3	,696	,672		
X3.4	,766	,766		
Y1.1	,839	,696		
Y1.2	,762	,606		
Y1.3	,720	,705		
Y1.4	,860	,567		
Y1.5	,615	,721		
Y1.6	,813	,754		
Y1.7	,675	,783		

Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha		Standar Reabilitas	Keterangan
Akuntansi	Manajemen		
,874	,848	0,6	Reliable

Uji T Parsial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,362	2,399		-,151	,881
	TOTX1_AKT	-,197	,179	-,113	-1,096	,278
	TOTX2_AKT	,572	,154	,398	3,728	,001
	TOTX3_AKT	1,184	,201	,623	5,889	,000

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,353	3,048		,116	,908
	TOTX1_MNJ	,556	,183	,253	3,048	,004
	TOTX2_MNJ	,370	,151	,248	2,449	,018
	TOTX3_MNJ	,674	,125	,528	5,401	,000

Hasil

Uji Independent Sampel Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TOTX1	Equal variances assumed	4,974	,028	-,181	104	,857	-,094	,521	-1,127	,938
	Equal variances not assumed			-,181	85,314	,857	-,094	,521	-1,130	,941

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TOTX3	Equal variances assumed	,223	,638	-2,659	104	,009	-1,642	,617	-2,866	-,417
	Equal variances not assumed			-2,659	102,505	,009	-1,642	,617	-2,866	-,417

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TOTX2	Equal variances assumed	2,596	,110	-2,054	104	,043	-1,377	,671	-2,707	-,047
	Equal variances not assumed			-2,054	95,329	,043	-1,377	,671	-2,709	-,046

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
TOTY	Equal variances assumed	2,274	,135	-4,328	104	,000	-4,226	,977	-6,163	-2,290
	Equal variances not assumed			-4,328	96,962	,000	-4,226	,977	-6,165	-2,288

Pembahasan

Akuntansi

- Kemudahan e-commerce **tidak berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif . Mudahnya akses yang digunakan seseorang melakukan belanja online tidak berpengaruh pada setiap individu mahasiswa akuntansi untuk melakukan perilaku konsumtif.
- Promosi e-wallet **berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi. Promosi yang ditawarkan dapat menarik konsumen seperti potongan harga pada produk yang ditawarkan sehingga konsumen lebih mudah tergiur untuk melakukan pembelian.
- Lingkungan teman **berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi. Lingkungan teman berperan penting dalam mengajarkan adaptasi sosial dan memengaruhi mobilitas serta perilaku konsumtif seseorang.

Manajemen

- Kemudahan e-commerce **berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen. Kemudahan e-commerce yang didukung oleh platform yang ramah pengguna dapat meningkatkan frekuensi pembelian dan meningkatkan perilaku konsumtif.
- Promosi e-wallet **berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen. Promosi e-wallet seperti diskon dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa manajemen.
- Lingkungan teman **berpengaruh** terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen. Lingkungan teman berperan penting dalam perilaku konsumtif seseorang. Jika lingkungan teman cenderung belanja impulsif, maka mereka mengikuti pola tersebut.

Pembahasan

- Kemudahan e-commerce **tidak memiliki perbedaan** antara mahasiswa akuntansi dan manajemen. Kedua kelompok tersebut dapat mengakses e-commerce dengan cara yang serupa. Hal ini berarti bahwa baik mahasiswa akuntansi maupun manajemen akan memiliki kemampuan yang serupa dalam memanfaatkan platform e-commerce.
- Promosi e-wallet **memiliki perbedaan** antara mahasiswa akuntansi dan manajemen. Mahasiswa akuntansi lebih tertarik pada promosi untuk belanja online, mungkin karena mereka ingin memanfaatkan diskon e-wallet. Sementara itu, mahasiswa manajemen merasakan keuntungan dalam bentuk pengalaman belanja yang lebih mudah dan praktis.
- Lingkungan teman **memiliki perbedaan** antara mahasiswa akuntansi dan manajemen. Mahasiswa manajemen lebih dipengaruhi oleh lingkungan teman mereka. Hal ini bisa disebabkan karena kelompok mereka yang lebih besar serta mungkin lebih sering terlibat dalam interaksi pembelian. Di sisi lain, mahasiswa akuntansi juga terpengaruh oleh lingkungan teman tetapi pengaruhnya mungkin tidak sekuat pada mahasiswa manajemen. Hal ini bisa disebabkan oleh dinamika kelompok dan interaksi antara mahasiswa akuntansi.
- Perilaku konsumtif **memiliki perbedaan** antara mahasiswa akuntansi dan manajemen. Mahasiswa akuntansi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dari pada mahasiswa manajemen. Mahasiswa akuntansi cenderung belanja impulsif, mengarah pada pengeluaran tidak terencana. Mahasiswa manajemen lebih berhati-hati dalam membuat keputusan konsumtif serta memprioritaskan kebutuhan, bukan keinginan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar memberikan manfaat yang luas, termasuk memberikan pemahaman tentang bagaimana kemudahan penggunaan e-commerce serta promosi e-wallet saling mempengaruhi, serta sejauh mana pengaruh lingkungan teman untuk membentuk perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini juga diharapkan dapat menyediakan panduan bagi perusahaan e-commerce dan penyedia e-wallet untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Perbandingan E-commerce, E-wallet dan Lingkungan Teman Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Akuntansi dan Mahasiswa Manajemen)” yang menggunakan sampel mahasiswa sebanyak 106 responden, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan e-commerce tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi akan tetapi, kemudahan e-commerce berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen, Promosi e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi maupun manajemen, Lingkungan teman berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi maupun manajemen, Kemudahan e-commerce tidak memiliki perbedaan antara kedua kelompok mahasiswa, Promosi e-wallet memiliki perbedaan antar kedua kelompok mahasiswa, Lingkungan teman memiliki perbedaan antar kedua kelompok mahasiswa, serta perilaku konsumtif memiliki perbedaan antara kedua kelompok mahasiswa.

