



**PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN SIFAT HEDONISME
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI SYARIAH
ANGKATAN 2023 UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA**

¹Latifah Nur Rohmah, ²Nadira Zelia Maida, ³Laura Aurellia Fayza Kusumaputri,
⁴Muhammad Qhodavi Al-Wafa, ⁵Titania Mukti

^{1,2,3,4,5}Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang–Indonesia

Email penulis: 5554230042@untirta.ac.id

Abstract

The study assesses the influence of easier trade and the hedonism on the consumptive behavior of students of the 2023 islamic economy university sultan ageng tirtayasa. The research method used in this study is a quantitative study method, use multiple linear regression. In this study the authors use the primary type of data, that is, the data gained from angket distribution through Google form. The population in this study is students of the 2023 islamic economy at sultan ageng tirtayasa university. The number of samples taken in this study use the solvin formula to a minimum of 81 respondents. In this research the technique used to attract samples using the simple random sampling technique. The findings aim to provide insight into how easier transactions and the nature of hedonism contribute to the student spending habits, providing valuable information for educational institutions and policymakers to develop better financial education programs. Studies suggest that there is a positive effect between convenient transactions of consumer behavior is verified by a partial correlation that shows the significance of $0,000 < 0.05$ and at value of $t_{11,986} > -0.572$.

Keywords: *Ease of Transactions, Hedonistic Nature, Consumptive Behavior, Sharia Economics Students*

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang penting untuk dipahami dalam konteks mahasiswa, terutama di era globalisasi ini dan kemajuan teknologi yang semakin signifikan sehingga mempermudah akses terhadap berbagai jenis produk maupun jasa. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali juga dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan individu itu sendiri maupun pada masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif menjadi semakin penting, terutama di kalangan mahasiswa sebagai kelompok yang rentan terhadap tekanan konsumsi.

Nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2022 mencapai Rp 492,3 triliun, mengalami pertumbuhan sebesar 21,9% dibandingkan tahun 2021. Hal ini

¹ Corresponding author: 5554230042@untirta.ac.id



menunjukkan bahwa platform e-commerce semakin populer dan banyak digunakan oleh masyarakat untuk berbelanja. Kemudahan bertransaksi online juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini mendorong munculnya berbagai platform e-commerce dan metode pembayaran digital baru yang semakin canggih dan mudah dijangkau (Adam Luthfi Kusumatriana et al., 2023)

Salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif adalah kemudahan bertransaksi, yaitu sejauh mana individu merasa bahwa proses pembelian dan pembayaran barang atau jasa menjadi lebih mudah dan cepat. Di sisi lain, sifat hedonisme juga menjadi peran yang signifikan, mengingat sifat hedonisme cenderung mengarahkan individu untuk mencari kesenangan segera tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, termasuk dalam konteks pengeluaran konsumsi.

Perilaku konsumtif yang berlebihan dapat berdampak negatif pada kesejahteraan finansial mahasiswa di masa depan. Ini dapat mengakibatkan masalah seperti utang yang berlebihan, kurangnya tabungan, dan kesulitan dalam mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Sifat hedonisme dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk membeli barang dan jasa secara berlebihan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Gaya hidup hedonisme sudah menjadi semangat pada zaman ini. Suatu pola hidup yang aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan dan kenikmatan materi, berkeyakinan akan pentingnya harta dalam hidup dan menjadikan materi sebagai sumber kepuasan dan ketidakpuasan. Orang-orang yang menganut aliran hedonis umumnya memiliki penampilan yang modis, dan sangat memperhatikan penampilan serta boros. Penganut hedonisme berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang karena banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang gaya hidupnya. Gaya hidup hedonis, konsumtif dan fantatif ini akibat dari pengaruh era globalisasi dan era informasi (Aji, 2019).

Di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, terdapat program studi Ekonomi Syariah yang mempelajari prinsip-prinsip ekonomi yang berlandaskan pada ajaran Islam. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana faktor-faktor seperti kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Ekonomi Syariah. Penelitian yang fokus pada angkatan 2023 akan memberikan gambaran yang relevan mengenai tren perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa yang baru saja memasuki dunia perkuliahan. Ekonomi syariah menekankan pada keadilan, keseimbangan, dan keberkahan dalam setiap transaksi ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah dipengaruhi oleh prinsip-prinsip ini dalam konteks kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme.

TINJAUAN PUSTAKA,

Kemudahan bertransaksi mengacu pada tingkat kemudahan dan kenyamanan yang dirasakan pengguna saat melakukan transaksi. Definisi Kemudahan Transaksi menyatakan bahwa persepsi seseorang tentang kemudahan penggunaan teknologi adalah apa yang kami maksud ketika kami berbicara tentang "kemudahan transaksi" (Adhitya, 2023). Kemudahan menjadi acuan dalam kemajuan sebuah teknologi dalam

memudahkan pengguna melakukan sebuah transaksi dengan efisien dan tidak menyulitkan (Bachtiar, 2023). Faktor yang mempengaruhi kemudahan penggunaan terkait dengan cara transaksi online dijalankan. Ketika calon pembeli pertama kali melakukan transaksi online, mereka biasanya mengalami kesulitan dan cenderung menolak untuk melakukannya karena masalah keamanan dan karena mereka belum tahu cara melakukannya. Sebaliknya, calon pembeli yang telah memperoleh pengetahuan tentang cara melakukan pembelian online mulai mencobanya. Baik-baiknya website penjualan produk online akan memberikan instruksi tentang cara melakukan transaksi online, termasuk informasi tentang keamanan dan kenyamanan pembeli selama proses pembelian. Pengguna menganggap belanja online mudah digunakan (Giswandhani, Mariesa, Hilmi, 2020).

Menurut Adhitya, (2023), terdapat indikator Kemudahan Transaksi dalam keberlangsungan hidup manusia yang terdiri dari.

1. Mudah digunakan (*easy to use*), suatu aplikasi harus mudah untuk digunakan, sehingga pengguna tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikannya.
2. Mudah dipelajari (*easy to learn*), suatu aplikasi harus mudah untuk dipelajari sehingga pengguna mampu dengan mudah beradaptasi atau memahami aplikasi tersebut.
3. Jelas dan dimengerti (*clear and understandable*), suatu aplikasi harus jelas dan sapat dimengerti, sehingga pengguna mudah untuk menguasai penggunaan aplikasi tersebut.

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup (Zou, 2019). Bagi para penganut paham ini, bersenang-senang, pesta pora, dan pelesiran merupakan tujuan utama hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Kebutuhan hedonis ini meliputi kesenangan, keinginan memiliki barang baru, dan adanya produk yang menarik. Sifat dasar manusia yang tidak gampang puas pun ditengarai sebagai kemunculan sikap hedonis (Riawani Elyta, 2020)

Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup hedonis sering kali menarik perhatian. Mahasiswa yang mengadopsi pandangan hedonisme cenderung mencari kenikmatan dan kesenangan dalam kegiatan, minat, dan pendapat mereka. Hedonisme sebagai fenomena dan gaya hidup sudah tercermin dari perilaku generasi muda sehari-hari. Mayoritas pelajar berlomba dan bermimpi untuk bisa hidup mewah. Berfoya-foya dan nongkrong di kafe, mall dan plaza. Hedonisme berkembang dikalangan remaja dipengaruhi faktor lingkungan, mereka meniru gaya hidup orang terkenal, bahkan ingin terkenal. Di dalam lingkungan penganut paham ini, hidup dijalani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas.

Perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang melakukan pembelian hanya karena keinginan tanpa mempertimbangkan apa yang akan mereka gunakan atau apa yang akan mereka dapatkan. Dalam melakukan pembelian, sebagian besar mereka membeli barang untuk mencari kesenangan dan mendapatkan kepuasan yang maksimal (Auliya et al., 2022).



Perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli dan menggunakan barang-barang yang tidak berdasar dengan pertimbangan yang terbilang rasional dan kecenderungan untuk konsumsi tanpa batas, di mana faktor keinginan lebih penting daripada kebutuhan. Hal ini ditandai dengan gaya hidup yang mewah dan berlebihan (Atmaja & Susanti, 2022).

Mahasiswa sebanding dengan masyarakat umum atau rumah tangga yang memenuhi kebutuhannya. Alat tulis kerja, buku paket kuliah, transportasi dari rumah ke kampus, dan kebutuhan penunjang lainnya adalah kebutuhan Mahasiswa. Untuk memenuhi kebutuhan ini, Mahasiswa harus membayar. Untuk menciptakan kehidupan yang selaras dengan lingkungannya, menyediakan kebutuhan yang sangat penting. Setiap orang, terutama pelajar, biasanya melakukan aktivitas konsumtif dan menyukai hal-hal yang berkaitan dengan konsumsi, seperti berbelanja.

Gaya hidup mahasiswa diubah oleh perilaku konsumtif yang sangat besar. Semakin lama, kebiasaan konsumtif Mahasiswa menjadi gaya hidup. Ini membawa Mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, dan bagaimana mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar mereka untuk setara. Pada awalnya, diharapkan Mahasiswa dapat bertindak rasional dalam menangani perkembangan yang ada. Fokuskan Mahasiswa pada gaya hidup saat ini daripada masa depan.

Indikator-Indikator Perilaku Konsumtif:

Menurut Novianus (2023), terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif, antara lain:

1. Ketika ada diskon, beli barang.
2. Melakukan pembelian barang hanya karena penampilannya menarik, yang menunjukkan bahwa orang tersebut termotivasi untuk membeli barang tersebut hanya karena penampilannya menarik.
3. Melakukan pembelian barang hanya untuk alasan penampilan dan gengsi. Mahasiswa sering memiliki keinginan besar untuk membeli barang untuk mendapatkan penampilan, dandanan, atau gaya rambut unik untuk mendapatkan perhatian orang.
4. Membuat keputusan untuk membeli barang hanya berdasarkan harga tanpa mempertimbangkan manfaatnya. Ketika mereka berperilaku dan menunjukkan gaya hidup mereka yang mewah, seringkali membeli banyak barang mewah tanpa memikirkan manfaatnya.
5. Melakukan pembelian barang untuk sekedar menjaga status sosial: Mahasiswa yang memiliki kemampuan untuk membeli berbagai barang untuk menunjang penampilannya seringkali melakukan pembelian tersebut untuk tampil eksklusif dan menunjukkan status sosialnya yang tinggi.
6. Membeli barang karena terpengaruh oleh iklan atau karakter yang menjadi model dalam iklan barang tersebut. Mahasiswa cenderung meniru tindakan idolanya, seperti memakai barang yang digunakan oleh idolanya.
7. Pembelian barang mahal hanya untuk meningkatkan kepercayaan diri. Iklan yang dipercaya oleh mahasiswa dapat mendorong mereka untuk mencoba produk tertentu hanya karena mereka percaya bahwa produk tersebut dapat meningkatkan

rasa percaya diri mereka. Mahasiswa seperti ini akan berpikir jika produk yang diiklankan dapat membuat mereka tampak lebih cantik, yang menghasilkan rasa percaya diri yang lebih baik.

8. Mencoba menggunakan lebih dari satu produk dari jenis produk yang sama. Mahasiswa cenderung menggunakan produk yang sama, tetapi dari dua merek yang berbeda, meskipun produk sebelumnya belum terpakai.

Menurut Islami et al., (2023), terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Mengutamakan keinginan daripada kebutuhan;
2. Memprioritaskan harga daripada keuntungan;
3. Membeli produk secara berlebihan;
4. Untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup;
5. Membeli produk karena kemasan yang menarik dan unik; dan
6. Untuk meningkatkan status sosial. Pada dasarnya, individu yang melakukan tindakan konsumtif tidak akan mempertimbangkan prospek jangka panjang.

Jika dilihat dari perspektif positif, perilaku konsumtif ini akan berdampak pada hal-hal berikut:

1. Menciptakan lapangan kerja baru, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
2. Meningkatkan keinginan konsumen untuk meningkatkan jumlah pendapatan, karena konsumen akan berusaha untuk meningkatkan pendapatannya agar mereka dapat membeli barang-barang yang mereka inginkan dalam jumlah dan jenis yang berbeda.
3. Menciptakan pasar bagi produsen, karena lebih banyak orang akan membeli barang-barang.

Jika dilihat dari perspektif negatifnya, perilaku konsumtif akan memiliki konsekuensi sebagai berikut:

1. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan gangguan sosial karena orang akan membeli apa pun yang mereka inginkan tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut murah atau mahal atau apakah itu diperlukan. Akibatnya, orang yang tidak mampu tidak akan dapat mengikuti gaya hidup seperti itu .
2. Mengurangi kemungkinan menabung karena orang akan lebih banyak membelanjakan daripada menabung.
3. Orang cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk hal-hal saat ini tanpa mempertimbangkan kebutuhan masa depan. Menurut pendapat saya, berperilaku konsumtif harus sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan karena meskipun perilaku ini merugikan diri kita sendiri, itu juga memiliki manfaat bagi orang lain.

Sedini mungkin, orang harus menghindari gaya hidup konsumtif. Faktanya, kehidupan perilaku konsumtif memiliki lebih banyak efek negatif daripada efek positif. Seseorang yang boros, atau tidak memiliki keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran, akan mengalami dampak negatif dari pola hidup konsumtif. Dalam kasus ini, tindakan sebelumnya telah menyebabkan masalah keuangan bagi keluarganya. Hasilnya akan lebih parah lagi jika penyediaannya dilakukan dengan cara yang salah,

seperti korupsi dan tindak pidana lainnya. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Hal ini disebabkan oleh pola konsumtif yang tumbuh pada usia remaja. Selain itu, remaja sering terpengaruh oleh iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros. Sebagian produsen menggunakan sifat remaja ini untuk memasuki pasar remaja.

Mereka ingin menunjukkan kepada orang lain bahwa mereka juga mengikuti mode yang beredar. Meskipun mode itu sendiri selalu berubah, sehingga Mahasiswa tidak pernah puas dengan apa yang mereka miliki. Hasilnya adalah Sikap konsumtif. Kadang-kadang orang membeli sesuatu hanya untuk kesenangan, bukan karena kebutuhan yang sebenarnya. Perilaku ini disebut perilaku konsumtif. Perilaku ini dapat dialami oleh setiap orang, termasuk remaja.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk melihat apakah kemudahan bertransaksi dan sifat hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif bagi Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis data primer, yaitu data yang diperoleh dari penyebaran angket melalui Google Form. data tersebut diperoleh dari penyebaran kuisisioner online melalui sosial media instagram dan whatsapp (John W. Creswell, 2018).

Kuisisioner penelitian menggunakan skala likert dengan format skala disediakan dalam 1 sampai 5 pilihan, dengan gradasi dari jarang sekali, jarang, kadang-kadang, sering, dan sangat sering. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Solvin minimal berjumlah 81 responden. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menarik sampel menggunakan teknik Simple Random Sampling.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme. Kemudahan bertransaksi diukur melalui indikator seperti persepsi kemudahan

HASIL DAN PEMBAHASAN

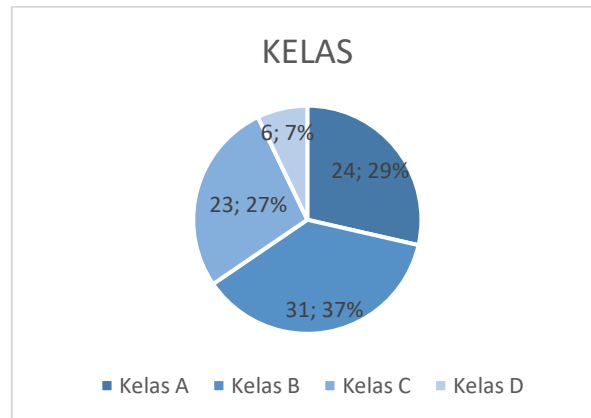
Hasil Statistika Deskriptif

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dan didapatkan 84 responden. Hasil penjarangan sampel melalui kuisisioner yang disebar secara langsung menghasilkan data demografi responden. Demografi responden penelitian ini yaitu mendeskripsikan responden berdasarkan kelas. Berikut ini adalah pengelompokan responden kelas yang di tunjukkan pada tabel 1 dan grafik 1 di bawah ini.

Tabel 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelas

No	Kelas	Jumlah
1	A	24
2	B	31
3	C	23

4	D	6
Total		84



Berdasarkan grafik di samping, dapat diketahui bahwa responden terdiri dari 24 Mahasiswa kelas A, 31 Mahasiswa kelas B, 23 Mahasiswa kelas C, 6 Mahasiswa kelas D. Komposisi responden terbanyak berasal dari kelas B. Kemudian urutan kedua terbanyak berasal dari kelas A. Kemudian urutan ketiga berasal dari kelas C dan pada urutan keempat berasal dari kelas D.

A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, (2021:66) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghozali (2021:61) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan cara uji statistik Cronbach Alpha (α). Uji validitas ini menggunakan program SPSS 27. Berdasarkan hasil uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan hasil sebagai berikut

Tabel 2. Uji Validitas

No	Variabel	Item (Pertanyaan)	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	Kemudahan Bertransaksi	1	<0,001	Valid
		2	<0,001	
		3	<0,001	
		4	<0,001	
2	Sifat Hedonisme	1	<0,001	Valid
		2	<0,001	
		3	<0,001	
		4	<0,001	
3	Sifat Konsumtif	1	<0,001	Valid

	2	<0,001
	3	<0,001
	4	<0,001

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan table 1, di atas diketahui bahwa seluruh elemen pertanyaan dari variable x1: kemudahan bertansaksi, variable x2: sifat hedonisme, variable Y: sifat konsumtif di dapatkan hasil bahwa seluruh elemen valid. Hasil uji yang kedua adalah uji reliabilitas yang ditunjukkan dari table di bawah ini

Tabel 3. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan	Item Pertanyaan yang dihapus
1	KemudahanBertransaksi	0,701	Reliabel	-
2	Sifat Hedonisme	0,602	Reliabel	1,2
3	Sifat Konsumtif	0,602	Reliabel	1,2

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan table 2, di atas diketahui bahwa seluruh variable penelitian dari variable x1: kemudahan bertransaksi, di dapatkan hasil bahwa reliabel. Variable x2 sifat hedonisme, dan variabel y sifat konsumtif di dapatkan hasil bahwa reliabel dengan menghapus beberapa elemen.

B. Hasil Penelitian Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Dengan One Sample KS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.13371184	
Most Extreme Differences	Absolute	.093	
	Positive	.047	
	Negative	-.093	
Test Statistic		.093	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.071	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.071	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.064
		Upper Bound	.078

Pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar 0.071, $> \alpha = 0.05$, berarti sesuai dengan pengambilan keputusan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov data memiliki distribusi normal dan telah memenuhi syarat normalitas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.322	.524		2.524	.014
x1	-.017	.037	-.059	-.471	.639
x2	-.019	.040	-.059	-.475	.636

a. Dependent Variable: Abs_RES

Pada tabel 2, pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,639 > \alpha = 0,05$. Sedangkan nilai signifikansi variabel X2 sebesar $0,636 > \alpha = 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	5.682	.823		6.905	.000		
x1	.691	.058	.845	11.986	.000	.787	1.270
x2	-.036	.063	-.040	-.572	.569	.787	1.270

Pada tabel 3, nilai tolerance yang dimiliki variabel X1 dan Variabel X2 sebesar 0.787 $> 0,10$, sedangkan nilai VIF pada variabel X1 dan variabel X2 sebesar 1.270 $<$ dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Multikolinearitas dalam model regresi.

4. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
y * x2	Between Groups	(Combined)	62.511	12	5.209	1.347	.212
		Linearity	41.101	1	41.101	10.632	.002
		Deviation from Linearity	21.409	11	1.946	.503	.895
Within Groups			274.477	71	3.866		
Total			336.988	83			

Berdasarkan hasil uji Linearitas diketahui nilai sig 0,895 sehingga data uji dikatakan linier karena lebih besar dari 0,05.

C. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

1. Uji T atau Uji Parsial

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	5.682	.823		6.905	.000
	x1	.691	.058	.845	11.986	.000
	x2	-.036	.063	-.040	-.572	.569

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil uji T untuk variabel X1 : Kemudahan Bertransaksi terhadap Y : Sifat Konsumtif dikatakan berpengaruh secara positif karena nilai sig 0,000 dibawah 0,05.

Berdasarkan hasil uji T untuk variabel X2 : Sifat Hedonisme terhadap Y : Sifat Konsumtif dikatakan berpengaruh secara negatif karena nilai sig 0,569 lebih besar dari 0,05.

2. Uji F atau Uji Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.683	.676	1.148

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Besarnya pengaruh kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa adalah 0,676 dilihat dari hasil uji R square.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.308	2	115.154	87.434	.000 ^b
	Residual	106.680	81	1.317		
	Total	336.988	83			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa untuk variabel X1 : Kemudahan Bertransaksi dan X2 : Sifat Hedonisme secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y : Sifat Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi 0,000 dimana nilai tersebut di bawah 0,05 sebagai standar signifikannya.

A. Pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap sifat konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan bertransaksi berpengaruh secara positif dan simultan terhadap minat mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tiirtayasa 2023, ditunjukkan berdasarkan uji T untuk variabel x1 (Kemudahan Bertransaksi) terhadap y (Sifat Konsumtif) yang berarti berpengaruh secara positif karena nilai Sig. $0.000 < 0,05$ yang artinya terdapat pengaruh positif antara kemudahan bertransaksi dan sifat konsumtif. Semakin baik kemudahan bertransaksi maka semakin besar pula sifat konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023.

Hasil penelitian ini didukung oleh Mariesa Ghiswandani, Amalia Zul Hilmi yang melakukan penelitian pada tahun 2020 bahwa kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi komunikasi dan transaksi non tunai terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Makassar. Berdasarkan penelitian ini ditemukan pula bahwa, masyarakat kini disebut juga sebagai cashless society yang berarti masyarakat non-tunai (Giswandhani & Hilmi, 2020).

Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Desfayanti, pada tahun 2021 yang meneliti tentang kemudahan penggunaan m- banking dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna shopee Universitas Negeri Padang berdasarkan penelitian Dai et al., (2021).

B. Pengaruh Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Pembahasan faktor hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Untirta jurusan Eksyar 2024. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda melalui aplikasi SPSS diketahui bahwa variabel bebas hedonisme menunjukkan hasil uji korelasi parsial dengan signifikansi $0,569 > 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh negatif terhadap sifat konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023. Hasil penelitian tersebut tidak mendukung penelitian yang dilakukan Arif Rahmat, Asri Rara, Hesi Eka Puteri pada tahun 2020, bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa yang meneliti bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang terkontraminasi oleh gaya hidup yang hedonisme. Adanya pengaruh positif antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa yang artinya semakin tinggi hedonisme maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif (Rahmat et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso pada tahun 2019, juga mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu pun sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya juga semakin rendah (Anggraini & Santhoso, 2019). Menurut Masnida Khairat, Nur Aisyiah Yusri, dan Shanty Yuliana pada tahun 2018, dalam penelitiannya mengatakan bahwa terdapat hubungan daya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, karena gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Gaya hidup

juga seringkali dijadikan motivasi dasar dan pedoman dalam membeli sesuatu. Ini berarti, individu dalam membeli suatu produk mengacu pada gaya hidup yang dianutnya (Khairat et al., 2018).

C. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Pembahasan pengaruh kemudahan bertransaksi dan sifat hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Untirta Eksyar 2024 menunjukkan hasil kolerasi simultan bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,676 artinya pengaruh X1 : Kemudahan Bertransaksi dan X2 : Sifat Hedonisme berpengaruh secara positif dan simultan terhadap Y : Sifat Konsumtif sebesar 67,6%. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Beatrice Karmila Devi, Bunga Widiatoro Putri, Irene Iola Auxilia Benedecas, Chrismada Melvin Teodes Sitepu, dan Putri Nastiti pada tahun 2022, yang meneliti adanya kemudahan dalam bertransaksi online menguntungkan bagi masyarakat terutama mahasiswa dalam memenuhi gaya hidupnya.

Perkembangan digital dan arus modernisasi sangat berpengaruh terhadap gaya hidup dengan adanya pergeseran budaya dan gaya hidup. Dengan terjadinya peningkatan dalam berbelanja online, memunculkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Pembelian yang berlebihan akan memberikan dampak buruk pada kehidupan seseorang karena menimbulkan perilaku hedonis dan hidupnya hanya berfokus pada pemenuhan konsumsi yang berlebihan (Devi et al., 2022). Juga dari penelitian Erina Widya Rachmawati pada tahun 2022, menunjukkan penelitian yang mengatakan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif yang berarti bahwa mahasiswa menggunakan transaksi non tunai terutama e-wallet dengan berbagai kemudahan dari berbagai indikator seperti easy to use, flexible, easy to learn, serta controllable dapat meningkatkan pola perilaku konsumtif mereka. Tersedianya e-wallet dan alat transaksi non tunai lainnya memberikan kemudahan dalam transaksi di satu tempat tanpa melakukan mobilitas. Hal tersebut memberi kesan praktis dan memicu perilaku konsumtif seseorang (ACHMAWATI, Erina Widya and MARIA, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis mengenai pengaruh kemudahan bertransaksi, dan sifat hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023. Maka dapat disimpulkan jawaban dari rumusan masalah sebagai berikut:

1. Efek kemudahan transaksi pada sifat konsumtif, hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kemudahan bertransaksi berpengaruh secara positif dan stimultan terhadap minat mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023, ditunjukkan berdasarkan uji T untuk variabel x1 (Kemudahan Bertransaksi) terhadap y (Sifat Konsumtif) yang berarti berpengaruh secara positif karena nilai Sig. 0.000 <

- 0,05 yang artinya terdapat pengaruh positif antara kemudahan bertransaksi dan sifat konsumtif. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menemukan pengaruh positif antara kemudahan transaksi dan sifat konsumtif.
2. Pengaruh hedonisme terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023. Berdasarkan hasil analisis signifikansi sebesar $0,569 > 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh negatif terhadap sifat konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian sebelumnya yang menemukan hubungan positif antara gaya hidup hedonisme dan sifat konsumtif pada mahasiswa.
 3. Hasil analisis pengaruh kemudahan transaksi dan sifat hedonisme terhadap sifat konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa 2023 menunjukkan hasil korelasi simultan yang menyesuaikan nilai R Square dari 0,676 berarti pengaruh X1 : Kemudahan Transaksi dan X2 : Sifat Hedonisme berpengaruh positif dan secara simultan pada Y : Sifat konsumtif dari 67,6%. Hasilnya mendukung penelitian sebelumnya yang menemukan kemudahan dalam transaksi online bermanfaat bagi mahasiswa dalam memenuhi gaya hidup mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmawati, Erina Widya And Maria, N. S. B. (2022). Analisis Pengaruh Kemudahan Pembayaran Non Tunai (E-Wallet), Gaya Hidup Serta Purchase Intention Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid – 19 (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro). *UNSPECIFIED*. <https://Repofeb.Undip.Ac.Id/Id/Eprint/11579>
- Adam Luthfi Kusumatriana, K. A., Lilis Anggraini, T. S., & Wulandari, V. C. (2023). *Statistik Ecommerce 2022/2023*.
- Adhitya, Wisnu Rayhan, Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 178–179.
- Aji, S. F. (2019). Nalar Pendidikan Islam Kritis Transformatif Abad 21. In *Penerbit Mangku Bumi*.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gajah Mada Journal Of Psychology (Gamajop)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/Gamajop.44104>
- Bachtiar, M. (2023). *Pengaruh Kemudahan Bertansaksi Menggunakan Mobile Banking Terhadap Perilaku Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia*.
- Dai, L., Jia, R., & Wang, X. (2022). Relationship Between Economic Growth And Energy Consumption From The Perspective Of Sustainable Development. *Journal Of Environmental And Public Health*, 2022(01), 11–18. <https://doi.org/10.1155/2022/6884273>
- Devi, B. K., Putri, B. W., Iola, I., Benedecan, A., Melvin, C., Sitepu, T., & Nastiti, P. (2022). Analisis Perilaku Hedonisme Mahasiswa Dalam Pembelian Skincare Secara Online Selama Masa Pandemi. *Jurnal Ekonomi Sakti*, 11, 20–35.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2019). *Consumer Behavior* (12 Ed.).



Cengage Learning.

- Giswandhani, Mariesa, Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Non-Tunai Terhadap Sifat Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai Terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- John W. Creswell, J. D. C. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches* (5 Ed.). Sage Publications.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswikhairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.31949/al-qalb.v9i2.6072>
- Novianus, Y. (2023). *Konsumtif: Indikator, Faktor, Dampaknya Dan Tips Mengatasinya*. Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/konsumtif>
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal Of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Riawani Elyta, R. M. (2020). *Kecil-Kecil Jago Finansial: Mendidikan Generasi Cerdas Finansial Sejak Dini*. Laksana.
- Swastha, G. D., & Handoyo, T. (2017). Pengaruh Gaya Hidup, Nilai-Nilai Materialistik, Dan Kecenderungan Mencari Sensasi Terhadap Perilaku Konsumtif Impulsif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Terapan*, 6, 221–234.
- Zou, J. (2019). Hedonisme Life Style. *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences (IJHESS)*, 1(2), 15–48.