

Kelompok 4
THR

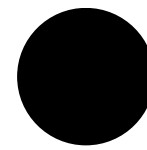
FINAL PROJECT

Pengaruh penggunaan *digital payment*
terhadap pola perilaku konsumtif mahasiswa
Departemen Matematika FMIPA UI.



OVERVIEW

- Pendahuluan
- Landasan Teori
- Metodologi
- Analisis Data dan Pembahasan
- Kesimpulan dan Rekomendasi
- Lampiran





PENDAHULUAN

Pada bagian ini kita akan membahas mengenai:

- Latar belakang
- Rumusan masalah
- Batasan masalah
- Tujuan



LATAR BELAKANG

Digital payment adalah metode pembayaran nontunai dengan pemanfaatan platform digital seperti OVO, DANA, QRIS dan teknologi digital lainnya. Penggunaan digital payment atau pembayaran digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, terutama di era digital saat ini. Dengan kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan, digital payment telah mengubah cara orang bertransaksi dan berbelanja.

Namun, di sisi lain, kemudahan ini dicurigai dapat mempengaruhi pola perilaku konsumtif seseorang. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan digital payment dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Misalnya, sebuah penelitian di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya menunjukkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 34,6%¹.

Departemen Matematika FMIPA UI adalah institusi pendidikan yang memiliki visi untuk menjadikan matematika sebagai alat penting yang mendukung disiplin ilmu lain dalam perkembangan teknologi⁴⁵. Mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI, seperti mahasiswa lainnya, juga tidak terlepas dari pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mereka.

LATAR BELAKANG

Perilaku konsumtif seringkali tidak disadari seseorang dalam waktu yang lama. Hal ini akan berakibat buruk bagi orang tersebut, seperti gaya hidup boros, tidak bisa menyeimbangkan pemasukan dan pengeluaran, memicu sifat ambisius dan rasa tidak puas yang negatif, stres dan kecemasan serta dampak negatif lainnya.

Survey singkat dilakukan kepada mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI dari tiga jurusan (Matematika, Statistika dan Aktuaria) yang pernah menggunakan digital payment. Dari survey ini diharapkan kelompok dapat melakukan analisis lebih lanjut dan mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan digital payment terhadap pola perilaku konsumtif terhadap populasi target kami.

Pada penelitian ini kami akan menggunakan metode teknik sampling ... yang sesuai untuk data (populasi) yang kami peroleh dari melakukan survey.

BATASAN MASALAH

Pada penelitian ini akan dibatasi ruang lingkup masalah sehingga dapat lebih fokus dalam membahas permasalahan. Permasalahan yang akan dibahas adalah pengaruh penggunaan digital payment terhadap pola perilaku konsumtif. Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif S-1 Departemen Matematika FMIPA UI.

RUMUSAN MASALAH

1. Apa metode pembayaran yang paling sering digunakan oleh mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI?
2. Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI saat menggunakan digital payment?
3. Bagaimana pengaruh penggunaan digital payment terhadap pola perilaku konsumtif warga Departemen Matematika FMIPA UI?

TUJUAN

1. Mengetahui metode pembayaran yang paling sering digunakan oleh mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI.
2. Mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI saat menggunakan digital payment.
3. Melihat pengaruh penggunaan digital payment terhadap pola perilaku konsumtif warga Departemen Matematika FMIPA UI.

MANFAAT

1. Penelitian ini akan membantu kita memahami secara lebih mendalam bagaimana penggunaan digital payment memengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI.
2. Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya mengelola penggunaan digital payment dengan bijaksana.
3. Mahasiswa dan masyarakat pada umumnya dapat memahami dampaknya secara lebih baik.



LANDASAN TEORI

Pada bagian ini kita akan membahas mengenai teori-teori dasar yang dibutuhkan untuk mengetahui pengaruh penggunaan digital payment terhadap pola perilaku konsumtif warga Departemen Matematika FMIPA UI.



DIGITAL PAYMENT

Pembayaran digital adalah proses pembayaran yang dilakukan secara elektronik melalui platform digital, seperti aplikasi perbankan online, kartu kredit, e-wallet, dan transfer bank melalui aplikasi. Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa digital payment adalah metode pembayaran yang tidak lagi membutuhkan uang kertas atau cek dalam transaksinya. Berikut ini akan dibahas mengenai beberapa aspek penting dari teori pembayaran digital.

Keuntungan Pembayaran Digital

- Kemudahan

Seiring dengan peningkatan penggunaan teknologi, keamanan pembayaran digital menjadi perhatian utama. Sistem keamanan yang solid sangat penting untuk melindungi data sensitif pengguna, seperti informasi kartu kredit dan data pribadi lainnya.

- Keamanan

Sistem pembayaran digital dilengkapi dengan teknologi keamanan seperti enkripsi data, otentikasi dua faktor, dan deteksi penipuan untuk melindungi informasi pengguna.

- Aksesibilitas

Dengan pembayaran digital, pengguna dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja asalkan ada koneksi internet.

DIGITAL PAYMENT

- Rekam jejak transaksi

Pembayaran digital memudahkan pengguna untuk melacak dan mengelola pengeluaran mereka karena semua transaksi tercatat secara otomatis.

Jenis Pembayaran Digital

- E-Wallet

Dompot elektronik yang memungkinkan pengguna menyimpan uang dalam bentuk digital dan melakukan pembayaran melalui aplikasi.

- Kartu Kredit dan Debit

Kartu yang diterbitkan oleh bank untuk melakukan pembayaran digital.

- Transfer Bank Online

Layanan yang memungkinkan transfer dana antar rekening bank melalui internet.

- QR Code

Pembayaran yang dilakukan dengan memindai kode QR menggunakan aplikasi pembayaran.

PERILAKU KONSUMTIF

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, sering kali tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Perilaku ini sering dipicu oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan ekonomi.

Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

- Motivasi Psikologis

Kebutuhan emosional seperti keinginan untuk memenuhi kepuasan diri, penghargaan sosial, atau pengalihan dari stres dapat mendorong perilaku konsumtif.

- Pengaruh Sosial

Tekanan dari teman sebaya, keluarga, dan media sosial dapat memengaruhi individu untuk melakukan pembelian yang tidak perlu untuk mengikuti tren atau memenuhi harapan sosial.

- Kemudahan Akses

Ketersediaan platform pembayaran digital yang memudahkan proses pembelian dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena transaksi menjadi lebih cepat dan praktis.

- Strategi Pemasaran

Promosi, diskon, dan iklan yang menarik dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif.

PERILAKU KONSUMTIF

Dampak Perilaku Konsumtif

- Finansial

Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menyebabkan masalah keuangan, seperti hutang yang menumpuk dan ketidakmampuan untuk menabung.

- Psikologis

Meskipun pembelian dapat memberikan kepuasan sesaat, perilaku konsumtif sering kali diikuti oleh perasaan menyesal dan stres.

- Sosial

Perilaku konsumtif dapat mempengaruhi hubungan sosial, terutama jika individu menghabiskan uang yang melebihi kemampuan mereka untuk mengikuti gaya hidup tertentu

TEKNIK SAMPLING

Sugiyono (2020:81) menyatakan teknik sampling adalah sebuah teknik pengambilan sampel, yang mana digunakan untuk menentukan sebuah sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Sampel ini yang nantinya diharapkan dapat mewakili populasi acuan. Teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu probability sampling dan nonprobability sampling

Probability Sampling

Probability sampling adalah teknik sampling di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih secara acak sebagai anggota sampel dan ukuran populasi diketahui. Teknik ini lebih akurat dan representatif ketimbang nonprobability sampling karena mengurangi bias dalam pemilihan sampel. Jenis-jenis probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Simple Random Sampling (Sampling Acak Sederhana)

Penarikan sampel acak sederhana adalah metode untuk memilih sampel $\{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ berukuran n dari populasi $\{X_1, X_2, \dots, X_N\}$ berukuran N sehingga setiap sampel dari C_n^N sampel yang berbeda mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel, yaitu $\frac{1}{C_n^N}$.

Terdapat beberapa kondisi dari teknik ini yang harus dipenuhi sebelum dapat digunakan, yaitu:

- Terdapat kerangka sampel yang baik dan lengkap.
- Populasi relatif kecil.
- Populasi relatif homogen.

TEKNIK SAMPLING

2. Sampling Acak Stratifikasi

Sampling acak stratifikasi dapat digunakan untuk kondisi jika populasi dari yang ditemukan tidak homogen karena terdapat banyak karakter yang berbeda. Sampling acak stratifikasi adalah proses pengelompokkan populasi dalam strata kemudian pemilihan sampel dari tiap stratum dan mengkombinasikan sampel untuk menaksir parameter populasi. Tujuan utama dari dilakukan pengelompokkan adalah untuk memperoleh strata yang homogen terhadap variabel yang ingin di amati.

Pembentukan strata didasarkan pada kesamaan karakteristik item yang akan dimasukkan ke dalam setiap stratum. Untuk menentukan ukuran sampel dari strata, digunakan metode alokasi proporsional. Jika P_i adalah proporsi populasi yang termasuk dalam strata- i dan n adalah total ukuran sampel, maka jumlah elemen yang dipilih dari strata- i adalah $n \cdot P_i$. Alokasi proporsional dianggap paling efisien dan merupakan desain optimal ketika biaya pemilihan item sama untuk setiap strata, tidak ada perbedaan varians antar strata, dan tujuan pengambilan sampel adalah untuk memperkirakan nilai populasi dari beberapa karakteristik. Namun, jika tujuannya adalah untuk membandingkan perbedaan antar strata, maka memilih sampel yang sama dari setiap strata akan lebih efisien, bahkan jika ukuran strata berbeda.

Apabila terdapat perbedaan strata ukuran dan perbedaan variabilitas stratum dengan menggunakan desain pengambilan sampel yang tidak proporsional, dapat digunakan jika memenuhi syarat:

TEKNIK SAMPLING

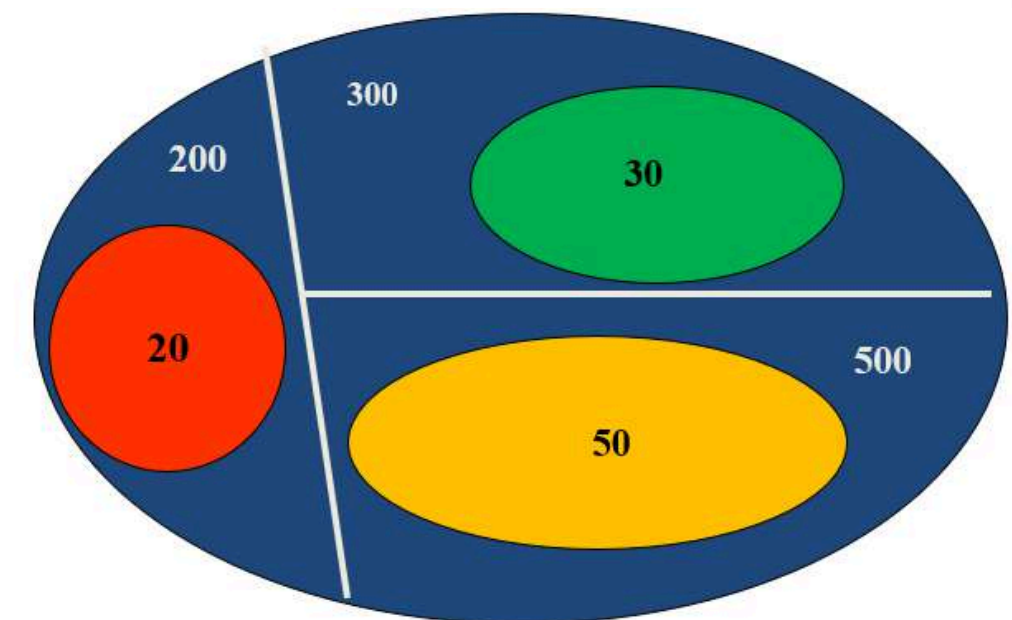
$$\frac{n_1}{N_1\sigma_1} = \frac{n_2}{N_2\sigma_2} = \dots = \frac{n_k}{N_k\sigma_k}$$

Dimana, $\sigma_1, \sigma_2, \dots, \sigma_k$ adalah standar deviasi dari k-strata dan N_1, N_2, \dots, N_k adalah ukuran dari k-strata serta n_1, n_2, \dots, n_k adalah ukuran sampel dari k-strata. Ini disebut “optimal alokasi” dalam konteks pengambilan sampel yang tidak proporsional.

$$n_i = \frac{n \cdot N_i \sigma_i}{N_1 \sigma_1 + \dots + N_k \sigma_k} \text{ untuk } i = 1, 2, \dots, k$$

Prosedur dimana ketika memiliki stratifikasi dan kemudian dilakukan simple random sampling dikenal sebagai stratified random sampling.

Jenis lain dari probability sampling meliputi **systematic sampling** (pemilihan setiap k anggota dari daftar populasi setelah memilih titik awal secara acak), **cluster sampling** (membagi populasi ke dalam k-kluster dan memilih secara acak beberapa kluster untuk disurvei), **multistage sampling** dan **complex sampling**.



TEKNIK SAMPLING

Non Probability Sampling

Teknik sampel nonprobabilitas adalah metode pengambilan sampel yang tidak mengikuti prinsip probabilitas matematis. Dalam metode ini, tidak ada dasar untuk memperkirakan kemungkinan setiap elemen dalam populasi akan terpilih sebagai sampel. Dengan teknik ini, elemen yang dipilih secara personal memiliki peluang besar untuk dimasukkan ke dalam sampel. Peneliti dapat memilih sampel yang mendukung pandangannya, sehingga ada risiko bias dalam teknik ini. Selain itu, teknik ini memerlukan biaya dan waktu yang lebih sedikit.

Teknik sampling nonprobabilitas terdiri dari empat jenis, yaitu **convenience sampling** (mengumpulkan sampel dari unit sampling yang kebetulan ditemui atau mudah dijangkau), **quota sampling** (membagi populasi menjadi beberapa kelompok, lalu proporsi tiap kelompok ditentukan dan pemilihan elemen dilakukan mengikuti keinginan pengumpul data), **purposive sampling** (sampel diambil berdasarkan tujuan penelitian, ukuran sampel tidak dipersoalkan dan pemilihan elemen diserahkan kepada pengumpul data) dan **snowball sampling** (dimulai dari beberapa orang yang memenuhi kriteria untuk dijadikan elemen sampel, kemudian mereka menjadi tempat informasi bagi orang lain yang juga dapat dijadikan sampel).

Beberapa jenis lainnya seperti: **self selected sampling** (menitipkan kuesioner ke suatu tempat lalu membiarkan orang yang datang ke tempat tersebut mengambil kuesioner), **haphazard sampling** (sampel diambil dari sekelompok orang yang sedang berkumpul) dan **random walk sampling**.

ANALISIS REGRESI

Analisis regresi adalah teknik statistik yang digunakan untuk memodelkan dan menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dan satu atau lebih variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, analisis regresi linier sederhana akan digunakan untuk memahami bagaimana kepuasan penggunaan digital payment (variabel independen) mempengaruhi pola perilaku konsumtif mahasiswa (variabel dependen) di Departemen Matematika FMIPA UI. Disini kami akan membagi dua jenis mahasiswa berdasarkan jenis kelamin (laki-laki & perempuan).

Model regresi linier sederhana mengikuti persamaan $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \epsilon$

Keterangan:

- Y = Variabel Dependen
- X = Variabel Independen
- β_0 = Intercept (titik potong dengan sb-Y)
- β_1 = koefisien regresi (menunjukkan seberapa besar perubahan Y untuk setiap satu unit perubahan pada X)
- ϵ = error (residual)

ANALISIS REGRESI

R-square (koefisien determinasi) adalah ukuran yang menjelaskan seberapa baik variabilitas dalam variabel terikat dapat dijelaskan oleh model regresi. R-square berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R-square yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi lebih baik dalam menjelaskan variasi dalam variabel terikat.

Adjusted R-square (variasi dari R-square) dimana memperhitungkan jumlah variabel bebas dan ukuran sampel dalam model regresi. Adjusted R-square menyesuaikan R-square dengan kompleksitas model untuk mencegah peningkatan semu dalam nilai R-square ketika variabel bebas atau jumlah sampel meningkat. Semakin tinggi nilai Adjusted R-square, semakin baik model regresi dalam menjelaskan variasi dalam variabel terikat.

Standard Error (kesalahan standar) adalah perkiraan standar deviasi kesalahan acak (residual) dalam model regresi. Standard Error digunakan untuk mengukur sejauh mana estimasi koefisien regresi dapat bervariasi dari nilai yang sebenarnya dalam populasi. Semakin rendah nilai Standard Error, semakin akurat dan andal estimasi koefisien regresi.

UJI VALIDITAS & REABILITAS

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran (kuesioner) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Ada beberapa jenis validitas yang dapat diuji dalam konteks ini:

- Validitas Isi (Content Validity)

Memastikan bahwa item-item dalam kuesioner mencakup seluruh aspek konsep yang diukur. Dapat diuji dengan meminta pendapat ahli di bidang terkait.

- Validitas Konstruk (Construct Validity)

Mengukur sejauh mana item dalam kuesioner benar-benar mencerminkan konstruk teoretis. Analisis faktor konfirmatori (CFA) sering digunakan untuk uji ini.

- Validitas Kriteria (Criterion Validity)

Mengukur sejauh mana hasil kuesioner berkorelasi dengan kriteria eksternal. Terdiri dari validitas prediktif (memperkirakan hasil di masa depan) dan validitas konkuren (hubungan dengan hasil saat ini)

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas memastikan konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran. Beberapa metode yang umum digunakan:

UJI VALIDITAS & REABILITAS

- Koefisien Cronbach's Alpha

Mengukur konsistensi internal item dalam kuesioner. Nilai di atas 0.70 dianggap memadai.

- Split-Half Reliability

Instrumen dibagi menjadi dua bagian, dan korelasi antara keduanya dihitung untuk melihat konsistensi.

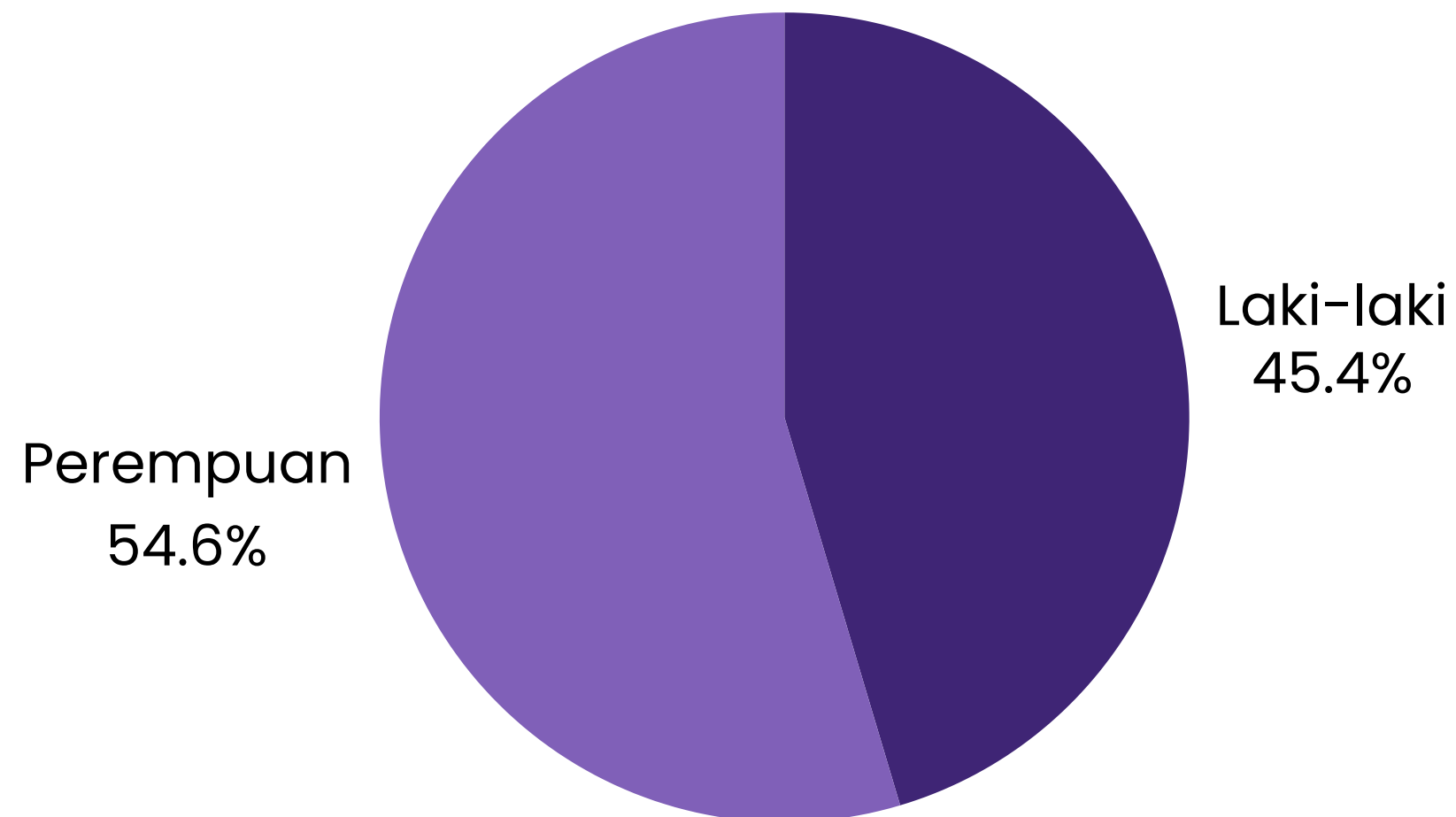
- Test-Retest Reliability

Mengukur stabilitas instrumen dari waktu ke waktu dengan menguji kuesioner yang sama pada dua kesempatan berbeda.



Kelompok 4

ABOUT OUR POPULATION



Kami mendapatkan data bahwa mahasiswa Departemen Matematika angkatan 2021-2023 terdiri dari 650 orang, dengan komposisi mahasiswa perempuan sebanyak 355 dan laki-laki sebanyak 295 (HMDM MIPA UI, 2024).

PENETUAN POPULASI YANG DAPAT DIJANGKAU

Dengan membagi populasi ke dalam dua strata berdasarkan gender, yakni Laki-laki dan Perempuan, kami menggunakan margin of error 5% untuk melakukan penentuan sampel dari total populasi dengan metode perhitungan n sampel untuk metode stratified teknik sampling.



MARGIN OF ERROR 5%

```
> populasi <- data.frame(Strata = rep(c("Laki-Laki","Perempuan"), times = c(295, 355)))
> #Total ukuran populasi
> total_populasi <- nrow(populasi)
> total_populasi
[1] 650
> N <- seq(1,650)
> miu <- mean(N)
> miu
[1] 325.5
> sd <- sd(N)
> sd
[1] 187.7831
> D <- 8.25 #Dengan margin error 5% D=bounds of error/4
> N_pop <- length(N); N_pop
[1] 650
> n<- round((N_pop * sd^2)/((N_pop-1)*D^2+sd^2))
> n
[1] 289
> total_sampel <- 289
> ukuran_strata <-table(populasi$Strata)
> ukuran_strata
```

Laki-Laki	Perempuan
295	355

```
> ukuran_sampel_per_strata <- round((ukuran_strata/total_populasi)*total_sampel)
> ukuran_sampel_per_strata
```

Laki-Laki	Perempuan
131	158

The background image shows a modern, bright interior space, likely a lounge or office area. It features large windows on the right side, letting in natural light. There are several large indoor plants, including a prominent Monstera on the right. The ceiling has exposed pipes and modern lighting fixtures. A purple rectangular overlay with rounded corners is positioned in the center, containing the word 'METODOLOGI' in white, bold, sans-serif capital letters.

METODOLOGI



JENIS PENELITIAN

Metode penelitian dengan struktur kasual(menjelaskan hubungan sebab akibat antara penggunaan sistem pembayaran digital(independent variable) dan pola konsumtif mahasiswa departemen matematika UI (*Dependent variable*)).

TEKNIK SAMPLING

Sampling acak stratifikasi

TAHAPAN PENARIKAN SAMPEL

01. Tentukan dasar stratifikasi (strata)
02. Tempatkan setiap anggota/responden dalam populasi pada strata yang sesuai
03. Tentukan ukuran sampel (n)
04. Tentukan ukuran sampel untuk setiap strata
05. Lakukan jumlah pengambilan sampe dari setiap strata dengan metode *simple random sampling*

The background image shows a modern, bright interior space, likely a lounge or office area. It features large windows on the right side, letting in natural light. There are several large indoor plants, including a prominent Monstera on the right. The ceiling has exposed pipes and modern lighting fixtures. A purple rectangular overlay with rounded corners is positioned in the center, containing the title text in white. In the bottom right corner, there are three black dots.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN



BENTUK PERTANYAAN

Kuesioner Pembayaran Digital dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI

Kami mahasiswi Statistika 2022, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Indonesia sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Pembayaran Digital dan Perilaku Konsumtif**" untuk memenuhi tugas Mata Kuliah Sampling dan Rancangan Survei. Survei ini dirancang untuk:

- (i) Memahami pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap pola belanja mahasiswa aktif Departemen Matematika FMIPA UI.
- (ii) Memberikan rekomendasi yang dapat membantu dalam pengembangan kebijakan atau strategi untuk mengelola penggunaan digital payment yang lebih efektif dan mendorong perilaku konsumtif yang lebih bijaksana di kalangan mahasiswa aktif Departemen Matematika FMIPA UI.

Berikut nama anggota kelompok yang terlibat dalam penelitian ini:

1. Aulia Nisrina Rosanita (2206051380)
2. Golda Aurelia S. (2206826173)
3. Hutari Andini (2206820680)
4. Makayla Adzra K. (2206053884)
5. Shinta Chandra (2206053940)
6. Syazana Alya A. (2206053871)
7. Vanny Khairunnisa (2206051506)

Untuk itu kami memohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktunya selama kurang lebih tiga menit dan mengisi survei melalui Google Form secara jujur sesuai dengan keadaan yang ada. Semua data yang masuk pada survei ini hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan terjamin kerahasiannya.

Nama/Inisial *

S

Jenis Kelamin *

- ☐ Laki-laki
- ☒ Perempuan

Jurusan *

- ☐ Matematika
- ☐ Statistika
- ☐ Aktuaria

Angkatan *

- ☐ 2020
- ☐ 2021
- ☐ 2022
- ☒ 2023

☐ Yang lain:

Apakah Anda pernah menggunakan pembayaran digital? *

- ☒ Ya
- ☐ Tidak

BENTUK PERTANYAAN

Adopsi Teknologi Pembayaran Digital

Bagian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi dan kebiasaan konsumen dalam menggunakan pembayaran digital dalam kegiatan sehari-hari. Selain itu, pada akhir bagian ini juga terdapat pertanyaan untuk mengetahui faktor apa yang memengaruhi pola pembelian konsumen.

Metode transaksi apa yang paling sering Anda gunakan? *

- ☐ Digital (contoh: qris, transfer bank, e-wallet)
- ☐ Konvensional (contoh: tunai, debit fisik, cek, dll)

Berapa rata-rata nominal harga yang Anda keluarkan dalam sehari dengan menggunakan pembayaran digital? *

- ☐ <Rp10.000
- ☐ Rp10.000-Rp20.000
- ☐ Rp20.000-Rp50.000
- ☐ >Rp50.000

Untuk keperluan apa saja Anda menggunakan pembayaran digital? *

- ☐ Membeli makanan
- ☐ Transportasi umum
- ☐ Belanja online
- ☐ Yang lain: _____

Apa saja yang menjadi pertimbangan Anda saat akan membeli barang? *

- ☐ Faktor personal (emosi pribadi)
- ☐ Faktor psikologis (kualitas dan harga barang)
- ☐ Faktor sosial (brand atau merk barang)
- ☐ Faktor ekonomi (tingkat ekonomi pribadi)

BENTUK PERTANYAAN

Kepuasan Terhadap Pembayaran Digital

Bagian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan responden terhadap layanan pembayaran digital dengan mengukur persepsi responden mengenai kemudahan ketersediaan layanan dan keamanan privasi dalam menggunakan pembayaran digital.

- 1 - Sangat tidak setuju
- 2 - Tidak setuju
- 3 - Setuju
- 4 - Sangat setuju

Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya *

	1	2	3	4	
Sangat tidak setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat setuju

BENTUK PERTANYAAN

Perilaku konsumtif saat menggunakan digital payment

Bagian ini bertujuan untuk mengukur dan memahami pola perilaku belanja responden yang dapat menjadi indikator perilaku konsumtif saat melakukan pembelanjaan atau transaksi saat menggunakan pembayaran digital.

- 1- Tidak pernah
- 2 - Jarang
- 3 - Pernah
- 4 - Selalu

Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu? *

	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu? *

	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital? *

	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment? *

	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital? *

	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital? *

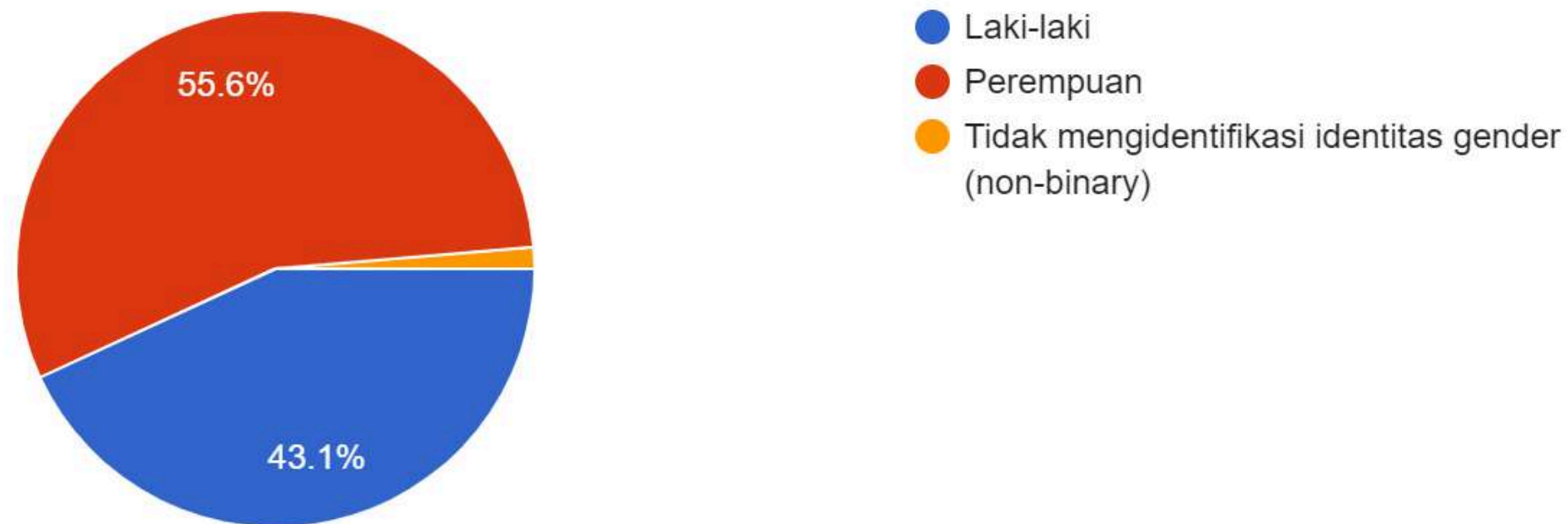
	1	2	3	4	
Tidak pernah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Selalu

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Responden pada penelitian ini adalah 298 mahasiswa aktif Departemen Matematika FMIPA UI yang kami klasifikasikan berdasarkan beberapa kriteria yaitu jenis kelamin, pernah atau tidaknya memakai pembayaran digital, dan metode transaksi apa yang paling sering digunakan. Tabel di bawah adalah uraian dari masing-masing kriteria.

Kriteria	Sub Kriteria	Jumlah
Jenis kelamin	Perempuan	165
	Laki-laki	128
	Non-binary	6
Pernah/tidak memakai pembayaran digital	Pernah	297
	Tidak pernah	2
Metode transaksi apa yang paling sering digunakan	Digital	264
	Konvensional	33

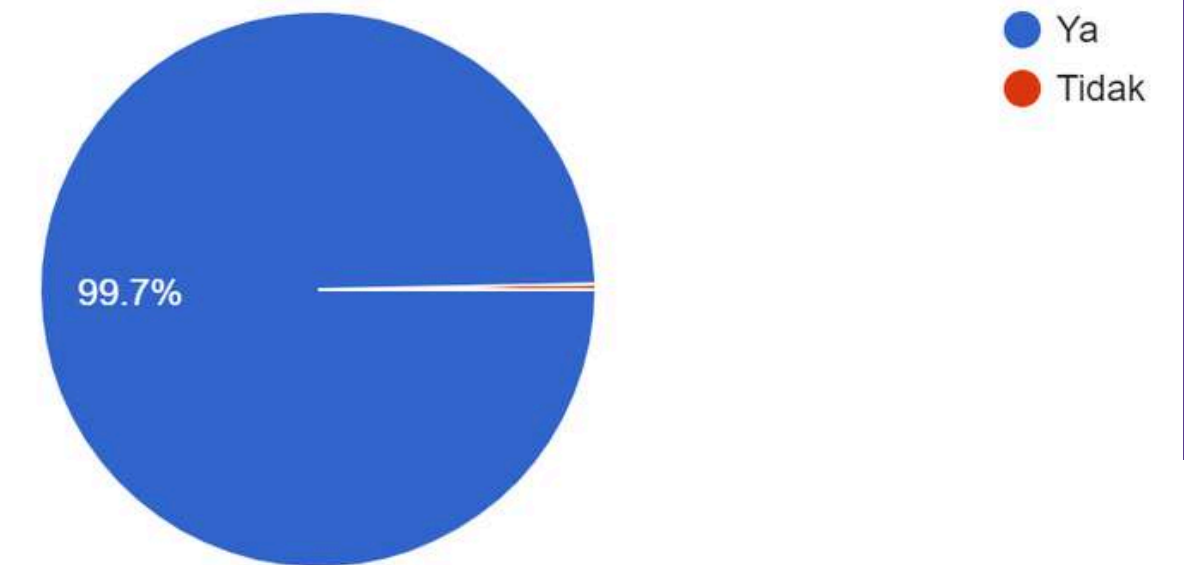
PERSEBARAN RESPONDEN



Survei kami diisi oleh **298 responden**, dengan 165 perempuan dan 128 laki-laki. Jumlah ini sesuai dengan target populasi yang ingin dijangkau pada perhitungan awal dengan alpha sebesar 5% dari total populasi mahasiswa Departemen Matematika angkatan 2021-2023.

Apakah Anda pernah menggunakan pembayaran digital?

298 responses



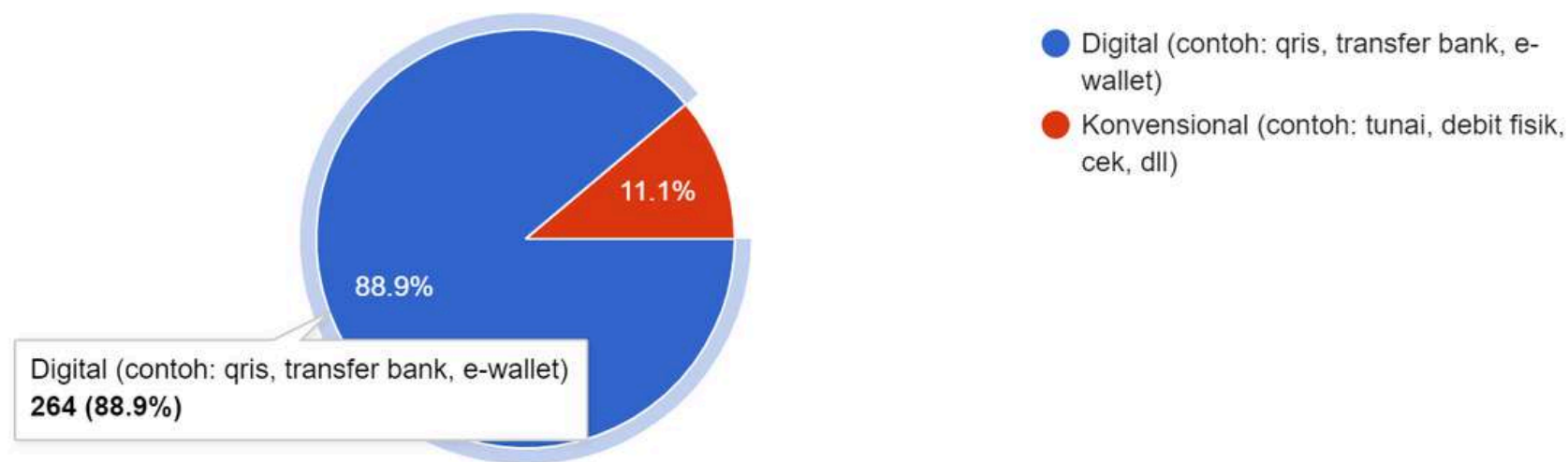
99.7% responden pernah menggunakan pembayaran digital yang mana hal ini menjadi kriteria untuk dapat dilakukan analisis lebih lanjut

ANALISIS DESKRIPTIF

Metode transaksi apa yang paling sering Anda gunakan?

 Copy

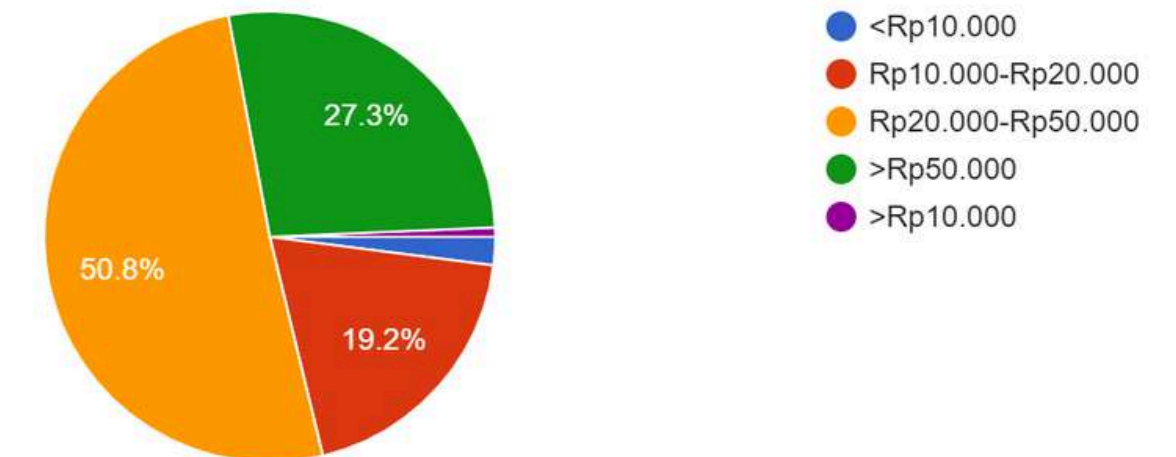
297 responses



Sebanyak 264 responden (88.9%) menjadikan metode transaksi digital sebagai metode transaksi yang paling sering digunakan, dengan sisanya lebih sering menggunakan metode pembayaran konvensional

Berapa rata-rata nominal harga yang Anda keluarkan dalam sehari dengan menggunakan pembayaran digital?

297 responses



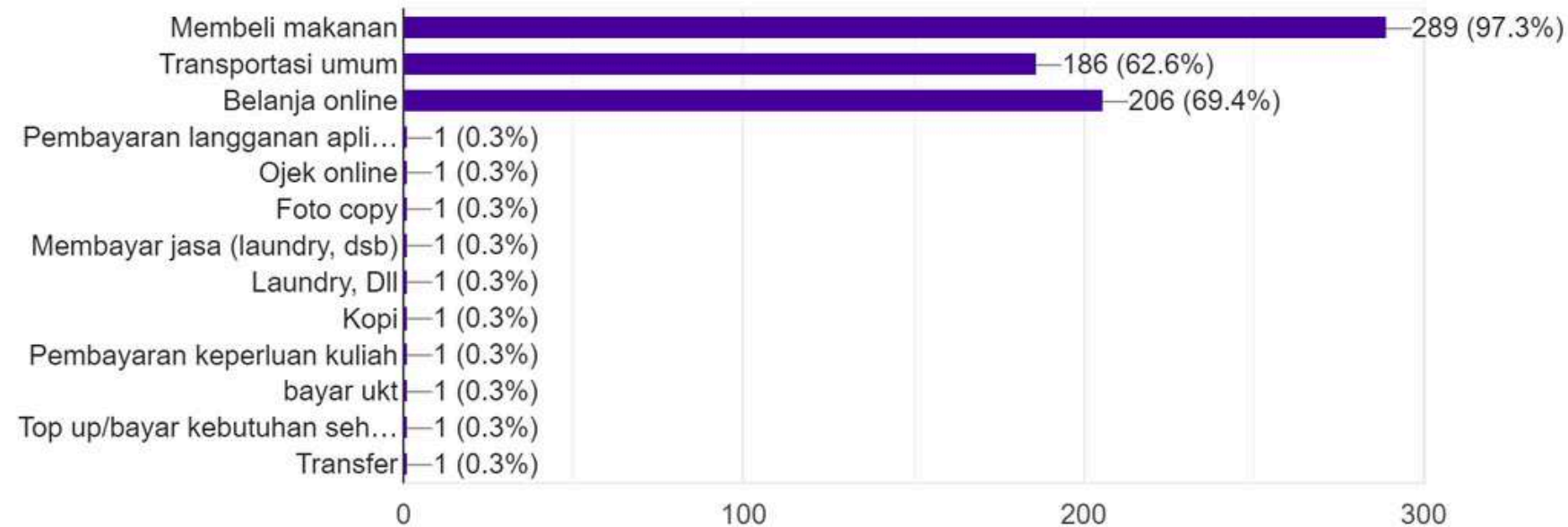
Rata-rata nominal harga yang dikeluarkan oleh para responden adalah pada rentang **Rp20.000 – Rp50.000 (sebanyak 50.8% = 151 orang)**, **>Rp50.000 (sebanyak 27.3% = 81 orang)**, dan sisanya pada rentang Rp0 – Rp20.000. Jika dihitung rata-rata nominal pengeluaran dari para responden dalam sehari dengan menggunakan pembayaran digital adalah sebesar **Rp37.230**.

ANALISIS DESKRIPTIF

Untuk keperluan apa saja Anda menggunakan pembayaran digital?



297 responses

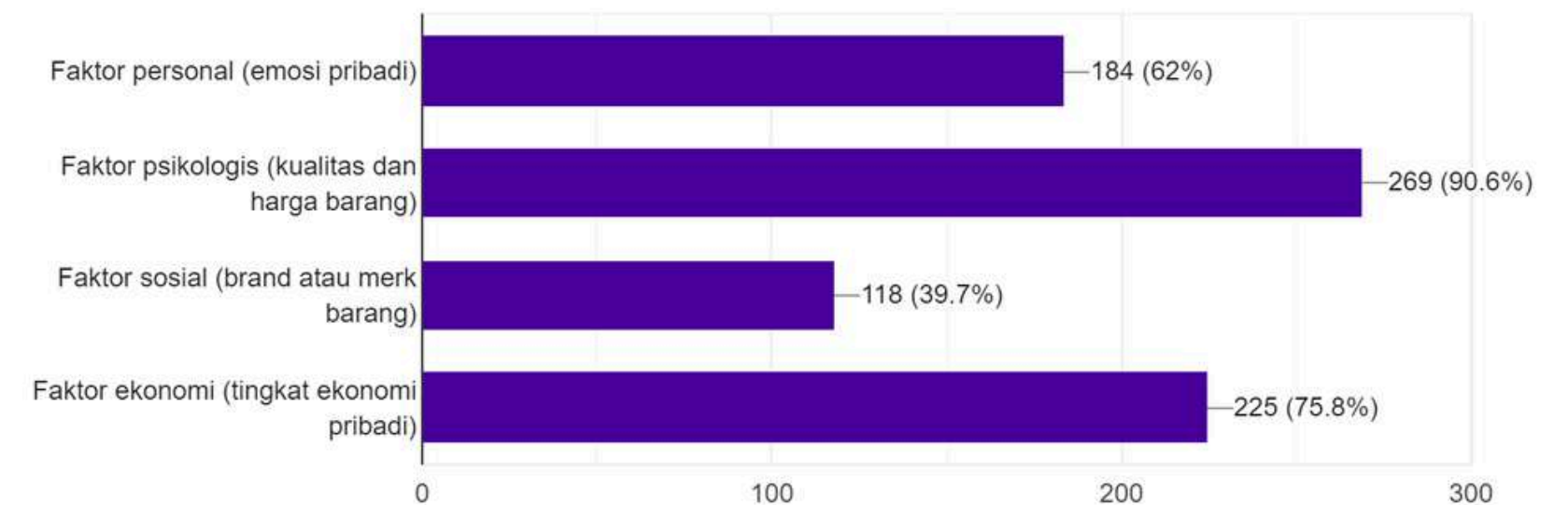


Keperluan yang paling sering dilakukan oleh responden saat menggunakan pembayaran digital adalah untuk **membeli makanan (97.3%)**, disusul dengan untuk keperluan **belanja online (69.4%)**, dan untuk keperluan **transportasi umum (62.6%)**.

Apa saja yang menjadi pertimbangan Anda saat akan membeli barang?

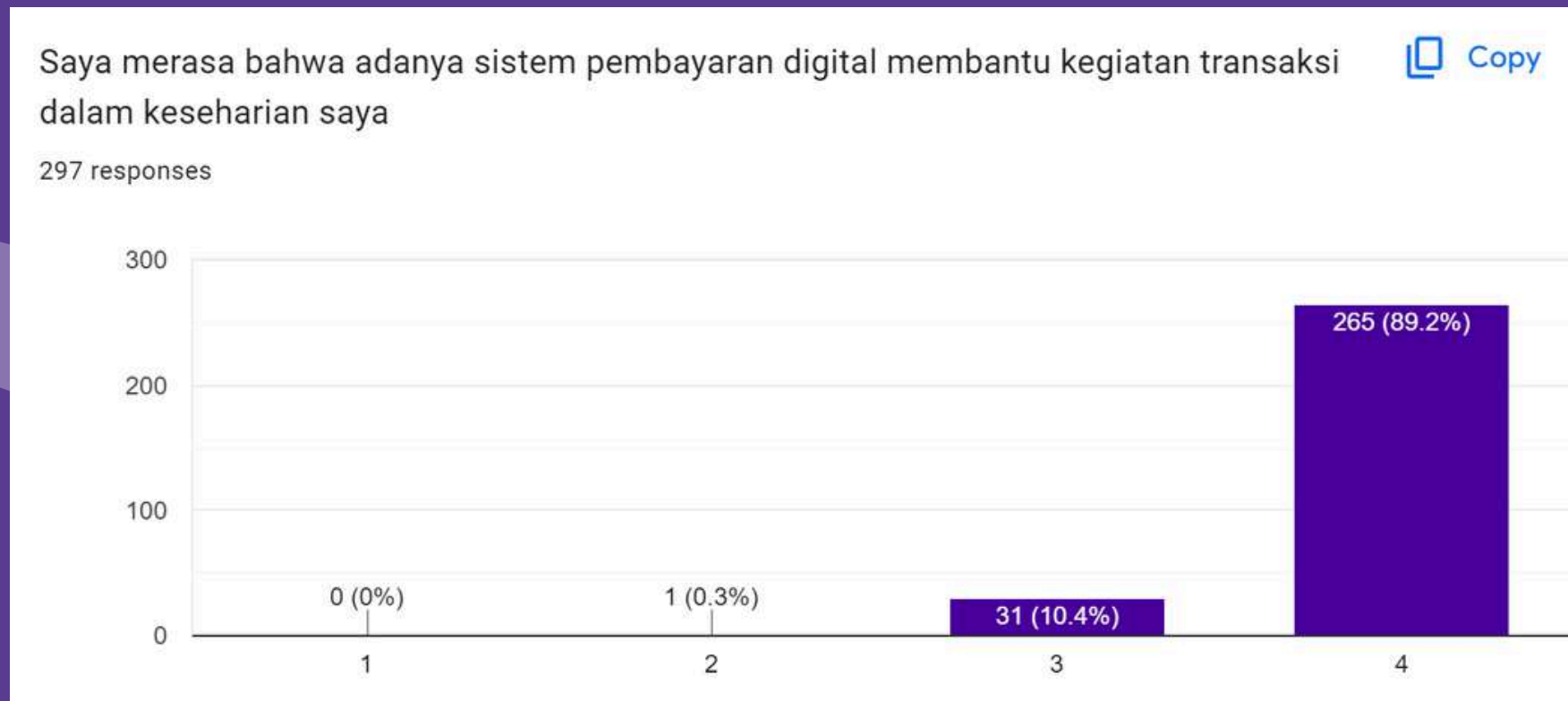


297 responses

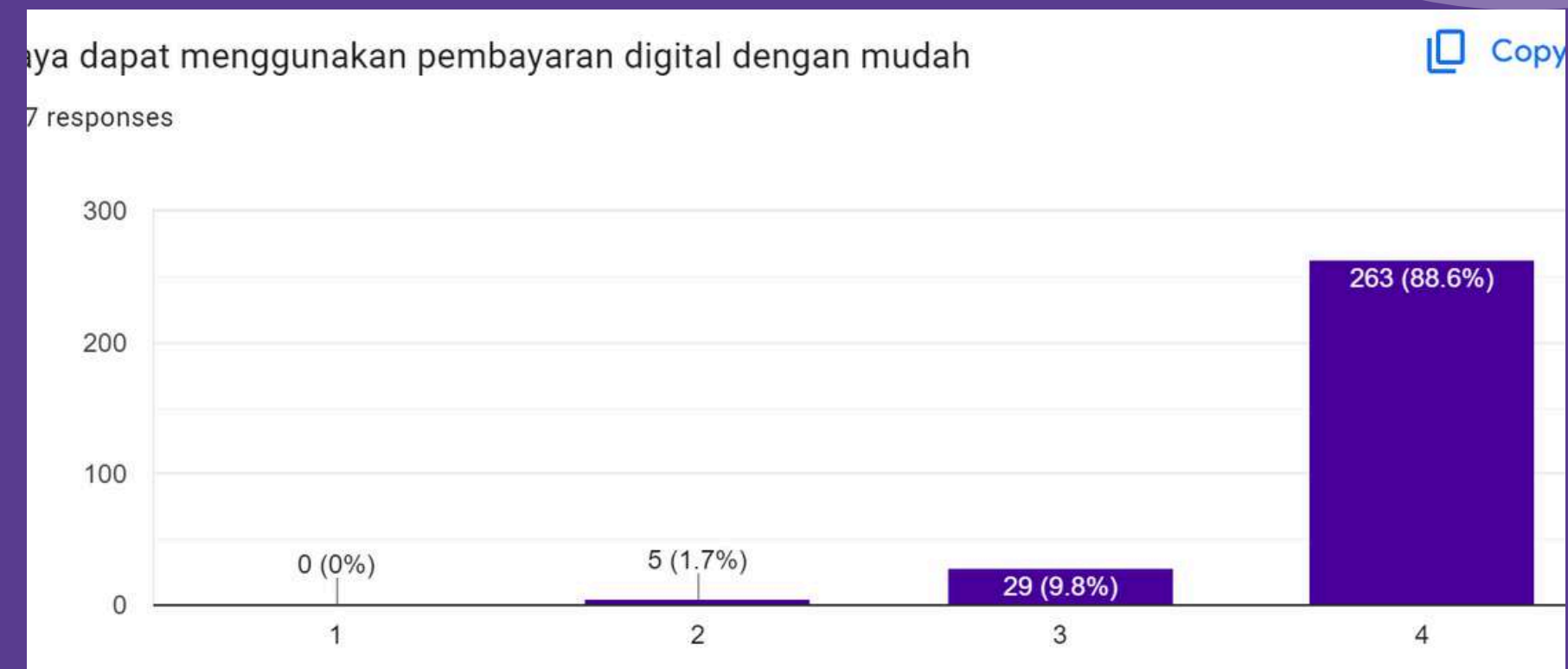


Faktor yang menjadi pertimbangan para responden saat akan membeli barang adalah **faktor psikologis (90.6%)**, **faktor ekonomi (75.8%)**, **faktor personal/emosi pribadi (62%)**, dan terakhir **faktor sosial (39.7%)**.

KEPUASAN TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL



Didapatkan nilai **rata-rata 3.89** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden merasa sangat setuju bahwa adanya sistem pembayaran digital dapat membantu kegiatan transaksi dalam keseharian mereka.**

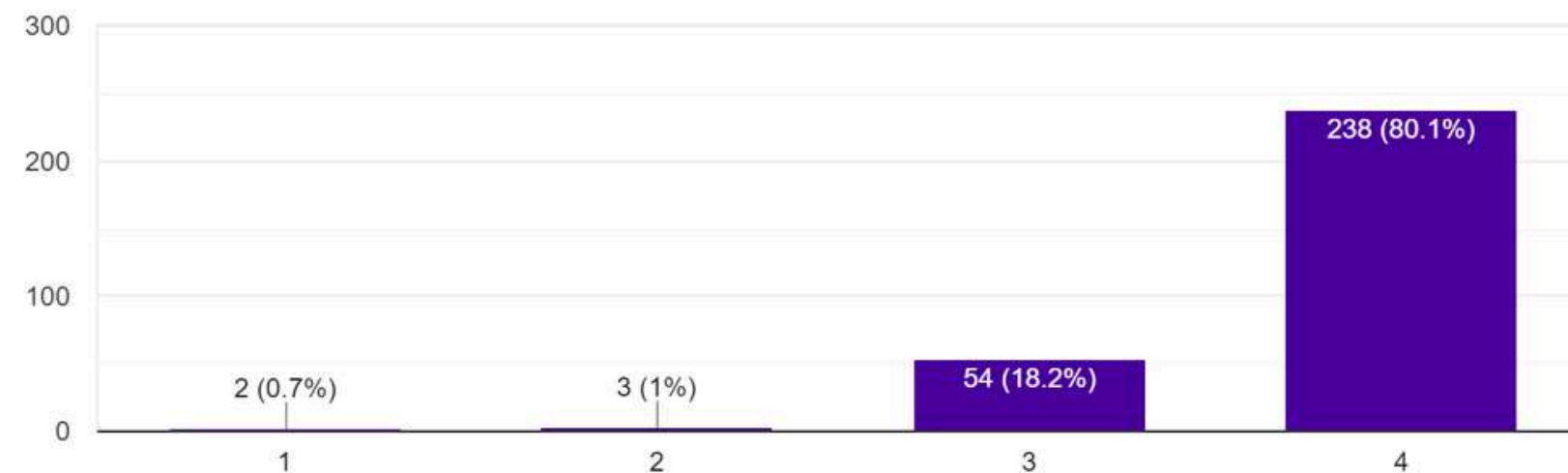


Didapatkan nilai **rata-rata 3.87** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan arti bahwa **responden sangat setuju bahwa mereka dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah.**

KEPUASAN TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL

Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi [Copy](#)

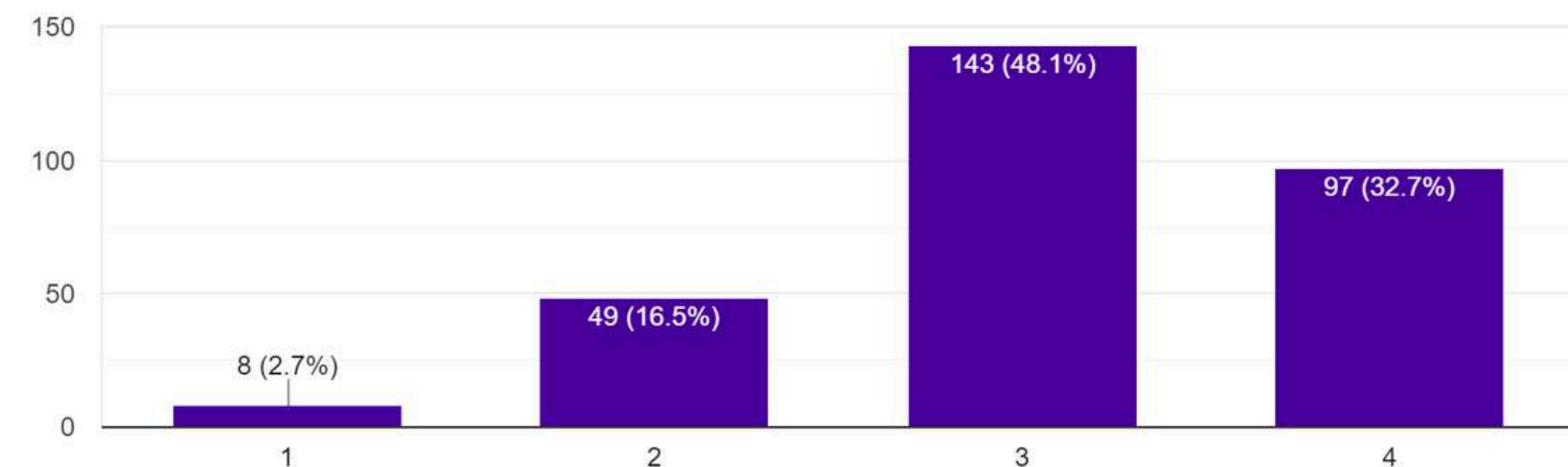
297 responses



Didapatkan nilai **rata-rata 3.78** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden merasa sangat setuju bahwa informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu mereka dalam bertransaksi.**

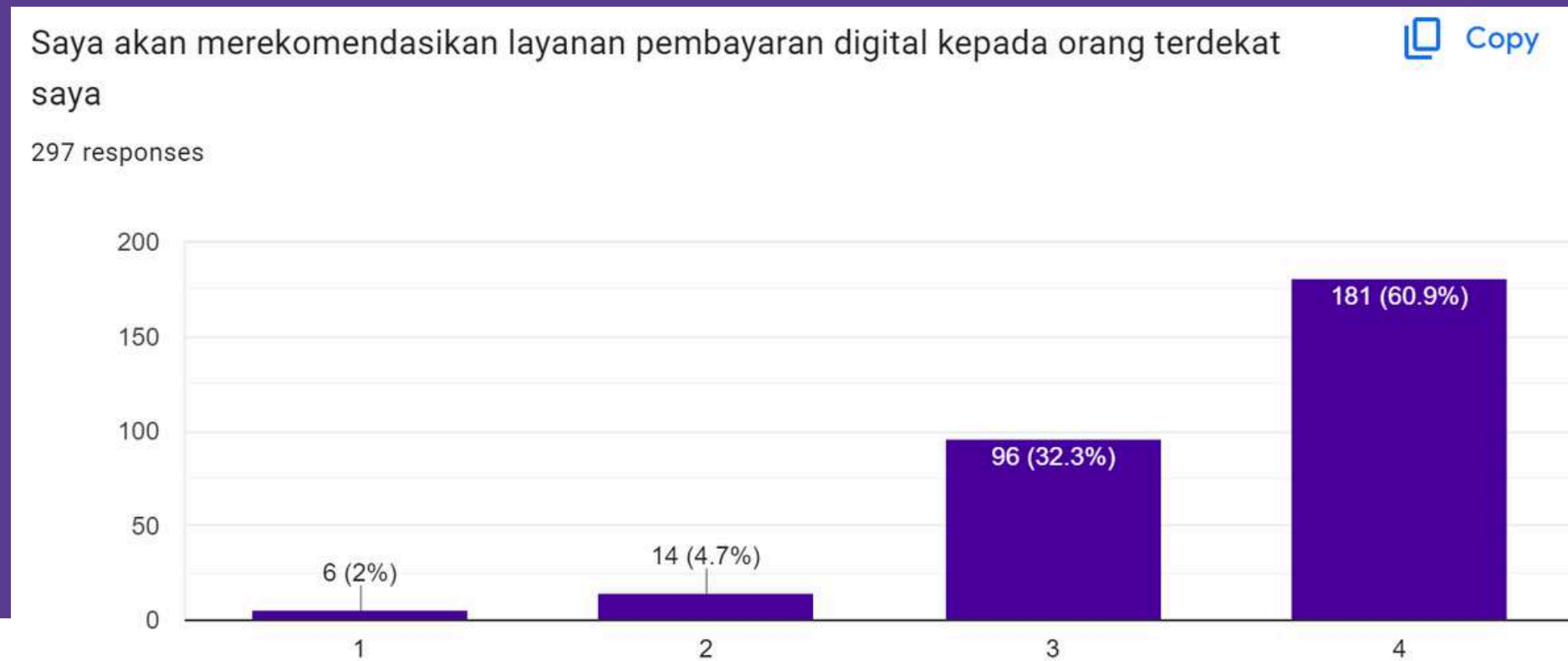
Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital [Copy](#)

297 responses



Didapatkan nilai **rata-rata 3.10** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan arti bahwa **responden setuju bahwa mereka merasa privasi dan data dirinya terjamin saat melakukan pembayaran digital.**

KEPUASAN TERHADAP PEMBAYARAN DIGITAL



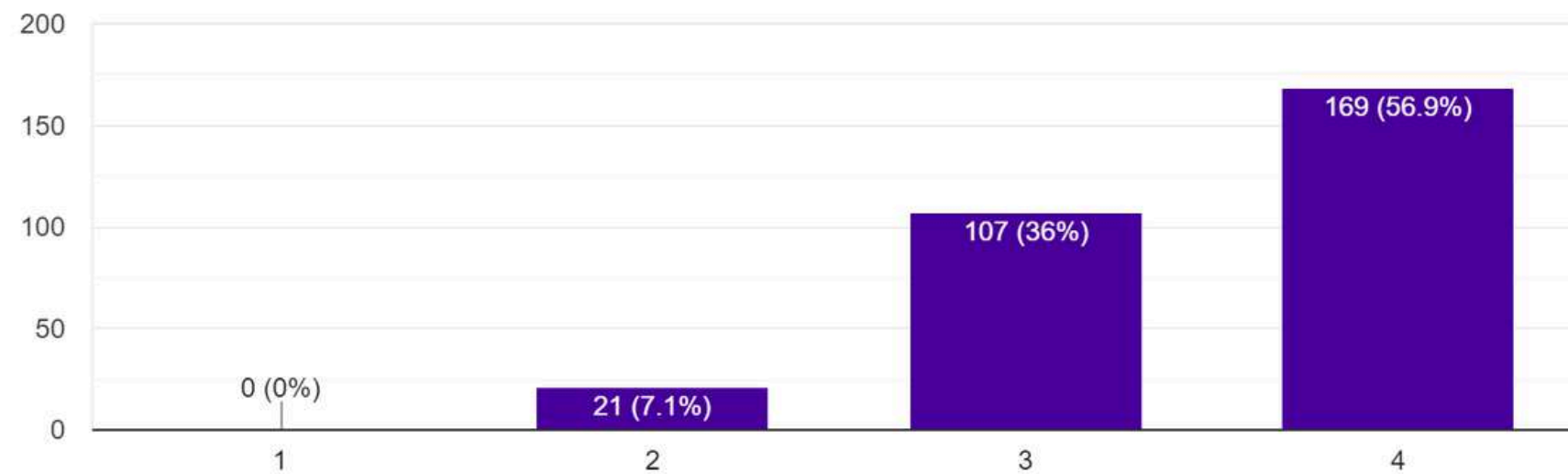
Didapatkan nilai **rata-rata 3.52** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden merasa sangat setuju bahwa mereka akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat.**

PERILAKU KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu?



297 responses

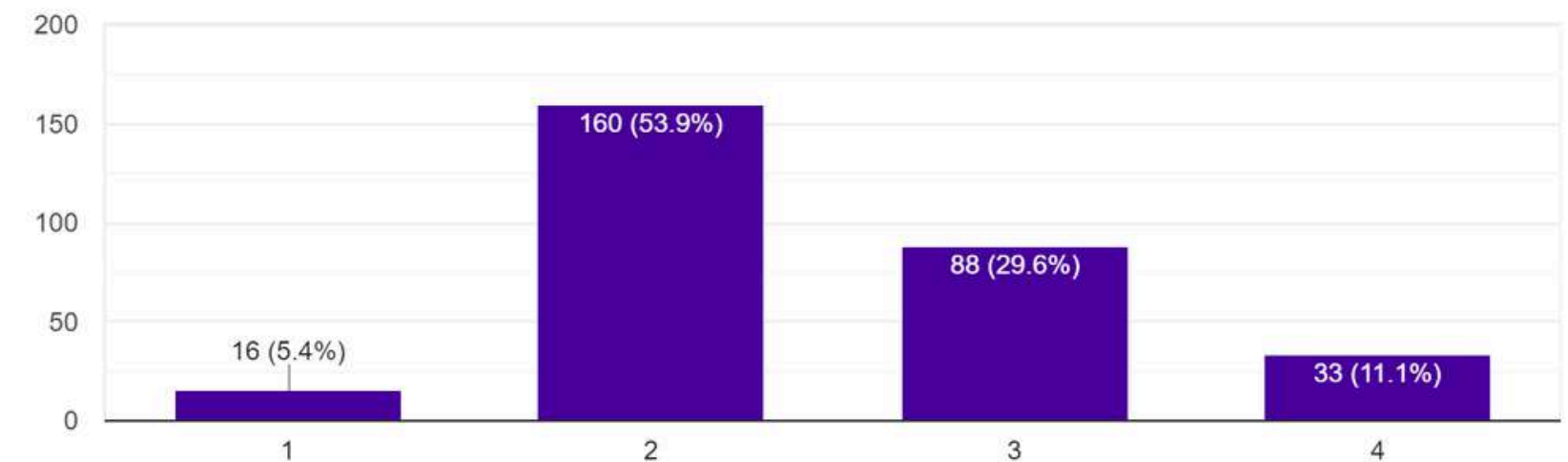


Didapatkan nilai **rata-rata 3.49** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden merasa pernah melakukan pembayaran digital dalam seminggu**.

Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu?



297 responses



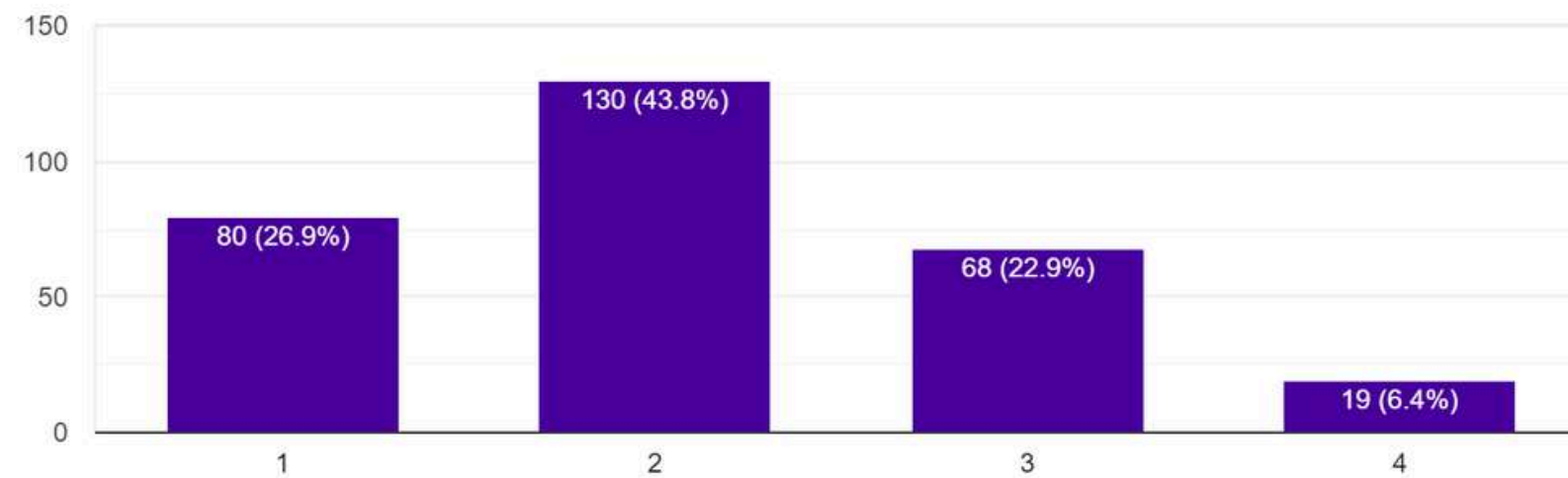
Didapatkan nilai **rata-rata 2.46** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan arti bahwa **responden jarang melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier dalam seminggu**.

PERILAKU KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital?



297 responses

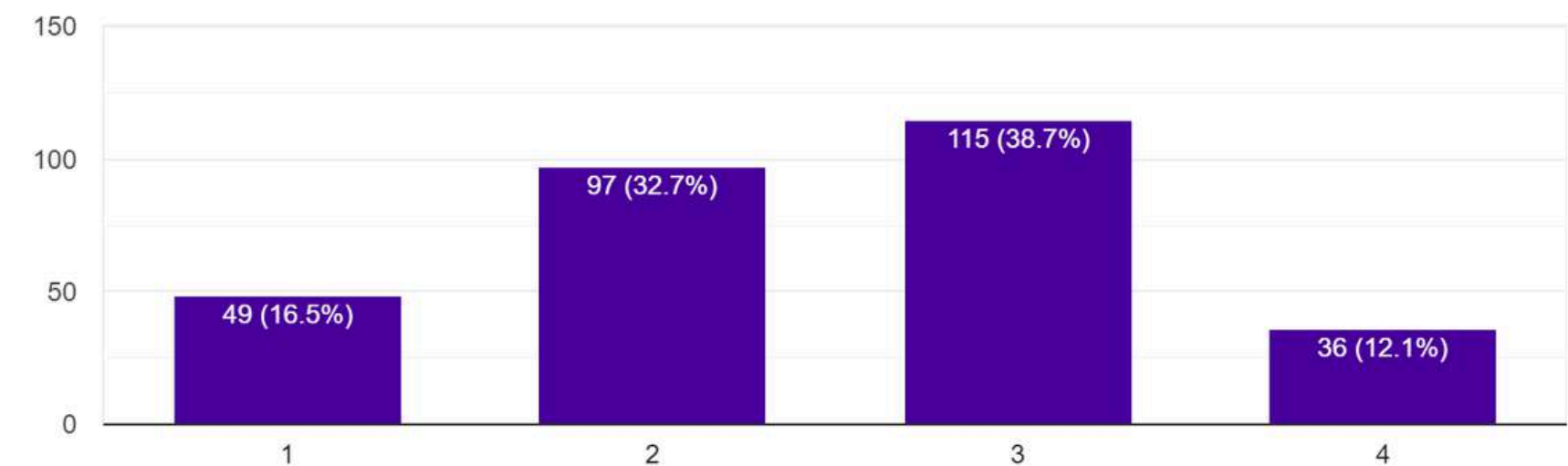


Didapatkan nilai **rata-rata 2.08** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden jarang membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital.**

Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment?



297 responses

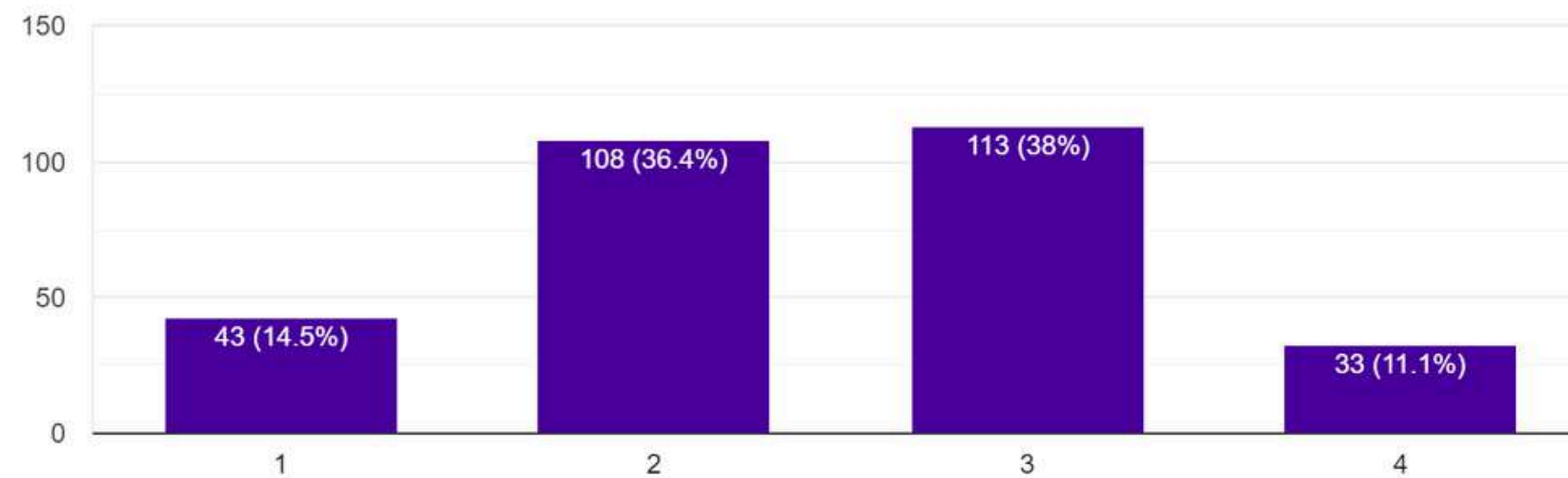


Didapatkan nilai **rata-rata 2.46** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan arti bahwa **responden jarang merasa sulit mengontrol pengeluaran saat menggunakan digital payment.**

PERILAKU KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital? [Copy](#)

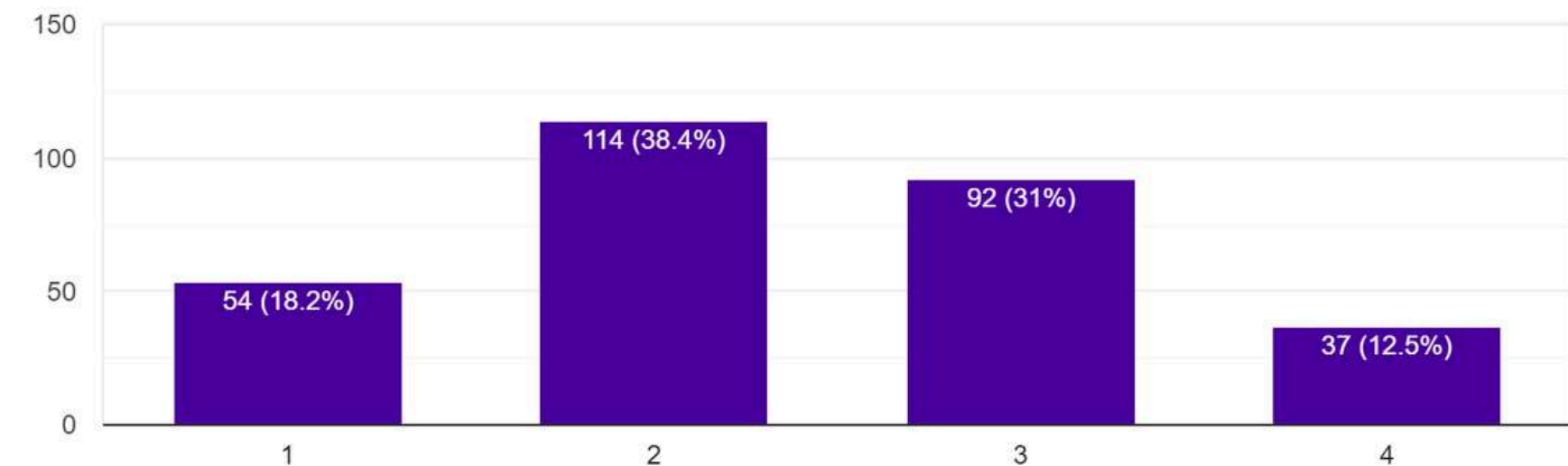
297 responses



Didapatkan nilai **rata-rata 2.45** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa **responden jarang melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah ditetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital.**

Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital? [Copy](#)

297 responses



Didapatkan nilai **rata-rata 1.91** untuk pertanyaan ini. Hal ini memberikan arti bahwa **responden jarang merasa terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital.**

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Populasi = 295 mahasiswa laki-laki dan 355 mahasiswa perempuan

Populasi terjangkau = 128 mahasiswa laki-laki dan 165 mahasiswa perempuan

Sampel yang diperlukan = 34 mahasiswa laki-laki dan 44 mahasiswa perempuan

Kami menggunakan teknik **Simple Random Sampling** untuk memilih sampel tersebut.

```
> ukuran_sampel_per_strata <- round(ukuran_strata / total_populasi) * n)
```

```
> ukuran_sampel_per_strata
```

```
Laki-Laki Perempuan
```

```
34      44
```

```
> # SRS
```

```
> set.seed(123)
```

```
> srs_laki <- data %>% filter(Jenis_Kelamin == "Laki-laki") %>% sample_n(ukuran_sampel_per_strata["Laki-Laki"])
```

```
> srs_perempuan <- data %>% filter(Jenis_Kelamin == "Perempuan") %>% sample_n(ukuran_sampel_per_strata["Perempuan"])
```

```
> nrow(srs_laki)
```

```
[1] 34
```

```
> nrow(srs_perempuan)
```

```
[1] 44
```

```
> # Menyimpan data hasil SRS ke dalam file baru
```

```
> hasil_sampling <- bind_rows(srs_laki, srs_perempuan)
```

```
> write.xlsx(hasil_sampling, "hasil_sampling.xlsx")
```

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Sampel yang dipilih digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai Pembayaran Digital dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Departemen Matematika FMIPA UI.

Akan dibuat tabel dengan skala Likert dengan keterangan sebagai berikut:

- Responden yang sangat tidak setuju dan tidak diberi skor 1
- Responden yang tidak setuju dan jarang diberi skor 2
- Responden yang setuju dan sering diberi skor 3
- Responden yang sangat setuju dan selalu diberi skor 4

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

1. Mahasiswa laki-laki

No	Pernyataan	Skor			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya	0	1	3	29
2.	Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah	0	3	5	25
3.	Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi	0	1	9	23
4.	Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital	1	1	9	13
5.	Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya	1	5	12	15
6.	Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu?	0	3	11	19
7.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu?	2	17	13	1
8.	Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital?	14	10	6	3
9.	Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment?	9	9	12	3
10.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital?	6	9	15	3
11.	Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital?	12	7	10	4
Total		45	66	105	138
Total Skor		45	132	315	552
sum skor		1044			
presentase		69,78609626			

No	Pernyataan	Rata-rata
1.	Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya	3,848484848
2.	Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah	3,666666667
3.	Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi	3,666666667
4.	Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital	3,416666667
5.	Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya	3,242424242
6.	Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu?	3,484848485
7.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu?	2,393939394
8.	Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital?	1,939393939
9.	Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment?	2,272727273
10.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital?	2,454545455
11.	Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital?	2,181818182
Total		32,56818182

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Dari tabel mahasiswa laki-laki diperoleh total nilai keseluruhan sebesar 1044 dari 34 responden, dengan rata-rata sebesar 32,56.

Dikarenakan total nilai maksimal adalah 4 x 11 indikator = 44, maka persentasenya yaitu:

$$\frac{\text{Rata - rata per indikator}}{\text{Nilai maksimal indikator}} \cdot 100\% = \frac{32,56}{44} \cdot 100\% = 74,01$$

sehingga dapat disimpulkan bahwa **74,01%** dari **responden mahasiswa laki-laki** cenderung konsumtif saat melakukan digital payment dengan **"Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya"** sebagai aspek konsumtif yang paling tinggi.

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

2. Mahasiswa perempuan

No	Pernyataan	Skor			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya	0	0	6	38
2.	Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah	0	0	4	40
3.	Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi	1	0	6	37
4.	Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital	2	5	22	15
5.	Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya	0	3	9	32
6.	Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu?	0	1	20	23
7.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu?	1	25	12	6
8.	Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital?	6	27	7	4
9.	Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment?	4	16	19	5
10.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital?	3	17	22	2
11.	Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital?	1	17	21	5
Total		18	111	148	207
Total Skor		18	222	444	828
sum skor		1512			
presentase		78,09917355			

No	Pernyataan	Rata-rata
1.	Saya merasa bahwa adanya sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya	3,863636364
2.	Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah	3,909090909
3.	Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi	3,795454545
4.	Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital	3,136363636
5.	Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya	3,659090909
6.	Seberapa sering Anda melakukan pembayaran digital dalam seminggu?	3,5
7.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier Anda dalam seminggu?	2,522727273
8.	Seberapa sering Anda membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital?	2,204545455
9.	Seberapa sering Anda merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran Anda saat menggunakan digital payment?	2,568181818
10.	Seberapa sering Anda melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran yang telah Anda tetapkan saat menggunakan metode pembayaran digital?	2,522727273
11.	Seberapa sering Anda merasa cenderung terpengaruh oleh iklan atau penawaran khusus saat menggunakan metode pembayaran digital?	2,681818182
Total		34,36363636

ANALISIS FAKTOR TINGKAT KONSUMTIF SAAT MELAKUKAN DIGITAL PAYMENT

Dari tabel mahasiswa perempuan diperoleh total nilai keseluruhan sebesar 1512 dari 44 responden, dengan rata-rata sebesar 34,36.

Dikarenakan total nilai maksimal adalah 4 x 11 indikator = 44, maka persentasenya yaitu:

$$\frac{\text{Rata - rata per indikator}}{\text{Nilai maksimal indikator}} \cdot 100\% = \frac{34,36}{44} \cdot 100\% = 78,09$$

sehingga dapat disimpulkan bahwa **78,09%** dari **responden mahasiswa perempuan** cenderung konsumtif saat melakukan digital payment dengan **“Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah”** sebagai aspek konsumtif yang paling tinggi.

UJI VALIDITAS DAN REABILITAS ALAT UKUR

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan dari alat ukur kuesioner yang digunakan dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari responden. Berikut adalah alat ukur yang digunakan.

Question	Item Penjelas
Q6	Sistem pembayaran digital membantu kegiatan transaksi dalam keseharian saya
Q7	Saya dapat menggunakan pembayaran digital dengan mudah
Q8	Informasi dalam sistem pada pembayaran digital membantu saya dalam bertransaksi
Q9	Saya merasa privasi dan data diri saya terjamin saat melakukan pembayaran digital
Q10	Saya akan merekomendasikan layanan pembayaran digital kepada orang terdekat saya
Q11	Dalam seminggu, saya sering melakukan pembayaran digital
Q12	Dalam seminggu, saya sering melakukan pembelian barang yang merupakan kebutuhan tersier
Q13	Saya sering membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan saat menggunakan pembayaran digital
Q14	Saya sering merasa sulit untuk mengontrol pengeluaran saat menggunakan
Q15	Saya sering melakukan pembelian yang melebihi batas anggaran saat menggunakan metode pembayaran digital
Q16	Saya cenderung terpengaruh oleh iklan saat menggunakan metode pembayaran digital

Akan dibandingkan nilai R hitung dan nilai R tabel dari masing-masing strata laki-laki dan perempuan dengan bantuan R didapatkan hasil berikut

Laki-laki	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16
R hitung	0.298	0.547	0.388	0.489	0.472	0.322	0.489	0.604	0.563	0.463	0.462
R tabel	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297	0.297
Keterangan	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid

Perempuan	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15	Q16
R hitung	0.371	0.389	0.352	0.536	0.616	0.451	0.615	0.725	0.659	0.722	0.626
R tabel	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339	0.339
Keterangan	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid

Didapatkan setiap item teruji valid dalam mengukur data

UJI KORELASI

Dalam kedua kelompok, korelasi antara kepuasan dan perilaku konsumtif cenderung rendah, dengan korelasi yang lebih tinggi terjadi pada kelompok laki-laki dibandingkan dengan kelompok perempuan. Korelasi yang rendah menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara kepuasan dalam menggunakan pembayaran digital dengan perilaku konsumtif mahasiswa, baik pada kelompok laki-laki maupun perempuan.

Laki-laki	Perempuan
0.1506414	0.03782117

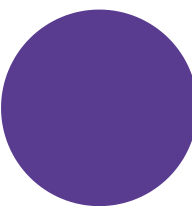
Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan menggunakan pembayaran digital tidak secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, baik pada laki-laki maupun perempuan.



UJI REGRESI

LAKI-LAKI

	Coefficient	Std. Error	t value	P-Value
Intercept	1.7518	0.8361	2.095	0.0444 *
Kepuasan	0.2020	0.2381	0.848	0.4027



Residual standard error: 0.6527 on 31 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.02269, Adjusted R-squared: -0.008833

F-statistic: 0.7198 on 1 and 31 DF, p-value: 0.4027





UJI REGRESI

PEREMPUAN

	Coefficient	Std. Error	t value	P-Value
Intercept	2.50577	0.65930	3.801	0.00046 ***
Kepuasan	0.04381	0.17860	0.245	0.80743

Residual standard error: 0.4406 on 42 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.00143, Adjusted R-squared: -0.02235

F-statistic: 0.06016 on 1 and 42 DF, p-value: 0.8074



MODEL REGRESI

LAKI-LAKI


$$y = 1.7518 + 0.2020 * \text{Kepuasan}$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada kelompok laki-laki, dapat disimpulkan bahwa **tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan dalam menggunakan pembayaran digital dengan perilaku konsumtif** pada kelompok tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-statistik yang rendah dan p-value yang lebih besar dari 0.05. Hasil Multiple R-squared yang rendah (0.02269) juga menunjukkan bahwa model **hanya menjelaskan sekitar 2.3% variasi** dalam perilaku konsumtif mahasiswa laki-laki.

PEREMPUAN

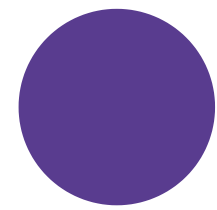
$$y = 2.50577 + 0.04381 * \text{Kepuasan}$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear pada kelompok perempuan, dapat disimpulkan bahwa **tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan dalam menggunakan pembayaran digital dengan perilaku konsumtif** pada kelompok tersebut. Koefisien estimasi untuk variabel kepuasan memiliki nilai yang sangat kecil (0.04381) dan tidak signifikan secara statistik, dengan p-value sebesar 0.80743 yang sangat besar. Hasil Multiple R-squared yang sangat rendah (0.00143) menunjukkan bahwa model **hanya menjelaskan sekitar 0.1% variasi** dalam perilaku konsumtif mahasiswa perempuan.



KESIMPULAN & REKOMENDASI





KESIMPULAN

- Berdasarkan analisis deskriptif didapatkan



- Setelah dilakukan penyusunan model regresi didapatkan model sebagai berikut

LAKI-LAKI

$$y = 1.7518 + 0.2020 * \text{Kepuasan}$$

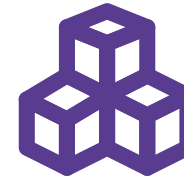
PEREMPUAN

$$y = 2.50577 + 0.04381 * \text{Kepuasan}$$

Dari kedua model ini terlihat tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kepuasan dalam menggunakan pembayaran digital dengan perilaku konsumtif.

SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang didapat, terdapat beberapa saran dari kami mengenai penelitian ini.



PERTIMBANGKAN VARIABEL LAIN

Untuk melihat lebih jauh faktor-faktor yang sangat berpengaruh pada tingkat konsumtif, diperlukan faktor-faktor lain selain penggunaan e-payment



PERLUAS RUANG LINGKUP PENELITIAN

Untuk mendapatkan hasil yang lebih baik terkait pengaruh pembayaran digital terhadap tingkat konsumtif, dibutuhkan ruang lingkup penelitian yang besar



PENGEMBANGAN SISTEM PEMBAYARAN DIGITAL

Meskipun kualitas sistem pembayaran digital sudah sangat baik, pengembangan harus tetap dilakukan untuk mempertahankan tingkat kepuasan pengguna

LAMPIRAN

Link Kuesioner:

<https://forms.gle/9ZFvNsKEWx5rtv8XA>

Link Responden:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1q_MgVr9nv_yKFVUMBJfnTstCed3h2c75NrRf3h-cnRY/edit?resourcekey#gid=295218469

Link Code R

<https://drive.google.com/drive/folders/1TCMY8sumWKDrwXbtSEPuiendy3U5sgqI?usp=sharing>



Thanks!