

Perbandingan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Menggunakan QRIS sebagai Alat Pembayaran Digital

**Latifah Khairun Nisa, Yasmin Qalbi Alfatih, Nasha Aulya Abdullah,
Nur Cholik Majid, Nailah Izzatul Jannah**

Universitas Pendidikan Indonesia
Penulis Korespondensi: latifah.khair@upi.edu

Article Information:

Received: 21 Mei 2025, Accepted: 30 Juni 2025, Published: 09 Juli 2025

Abstract

The presence of QRIS as a digital payment tool has provided convenience and speed in transactions, especially among the younger generation who are familiar with technology. This innovation supports the shift from conventional to digital payments. However, on the other hand, it also raises new challenges in the form of increased consumer behavior, especially among students. Ease of access to transactions through QRIS has the potential to encourage impulsive purchases, influenced by a digital lifestyle and developments in financial technology. Based on this phenomenon, this study aims to compare the consumer behavior of students from the Faculty of Economics and Business Education (FPEB) and the Faculty of Art and Design Education (FPSD) at the Indonesian University of Education in using QRIS. A quantitative approach with a comparative method was used in this study and supported by consumer behavior and decision-making theory as well as the Technology Acceptance Model (TAM). The sample was selected using quota sampling techniques based on certain criteria and purposive sampling with certain calculations, involving 50 FPEB students and 50 FPSD students who were active. Data were collected through a dichotomous questionnaire. The results showed that FPEB students tended to be better able to control their consumption and were less easily influenced by trends, while FPSD students were more technologically adaptable but more susceptible to consumerism due to external factors and technological conveniences. FPEB students tended to be better at information reception, decision-making, purchasing behavior, and perceived usefulness. Conversely, FPSD students were more efficient at processing information and more adaptable to technological conveniences such as QR codes, and external factors appeared relatively balanced between the two groups.

Keywords: *Consumer Behavior, Perilaku Konsumtif, QRIS Payment, Digital Payment, Impulsive Buying*

1. Pendahuluan

Seiring dengan berkembangnya teknologi di berbagai aspek kehidupan terutama dalam aktivitas sehari-hari, perilaku ekonomi masyarakat juga mengalami perubahan. Salah satu dampak yang paling nyata terlihat pada aktivitas jual beli yang kini semakin dipermudah melalui inovasi pembayaran digital. Transformasi ini diperkuat oleh pergeseran dari era industri 4.0 menuju industri 5.0. teknologi berbasis kecerdasan buatan, otomatisasi, dan robotika

Published by:

semakin terintegrasi dengan kemampuan manusia ([Edyiana & Rizaldi, 2021](#)). Perkembangan teknologi tersebut melahirkan sistem pembayaran non-tunai yang mendorong percepatan tren transaksi digital ([Safira et al., 2023](#)). Keuangan digital berperan penting dalam mendorong pertumbuhan sektor perbankan serta mempengaruhi pola transaksi masyarakat ([Ristiana & Widyastuti, 2022](#)). Berbagai keuntungan, seperti kenyamanan, kecepatan, serta beragam fitur promosi membuat sistem pembayaran digital semakin diminati oleh masyarakat luas ([Durman & Wafa, 2024](#)).

Salah satu sistem pembayaran digital yang paling populer saat ini adalah *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS), yaitu standar QR yang diterapkan untuk dompet elektronik berbasis server. Menurut data [Bank Indonesia, hingga Oktober 2024](#) jumlah pengguna QRIS telah mencapai 54,1 juta dengan 34,7 juta *merchant* yang telah mengadopsinya. Kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan QRIS menjadikannya pilihan utama, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi digital ([Nurhidayati, 2023](#)).

Kemajuan teknologi di Indonesia tidak hanya mempermudah akses informasi dan transaksi, tetapi juga memperkuat budaya konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa. Di tengah kemudahan digital, dorongan untuk membeli tanpa pertimbangan kebutuhan semakin tinggi. Ironisnya, literasi keuangan yang semestinya menjadi alat pengendali justru menunjukkan hubungan yang tidak konsisten terhadap perilaku konsumtif. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang merujuk pada pemahaman individu terhadap konsep dan keterampilan finansial memiliki hubungan yang kompleks dengan perilaku konsumsi berlebihan, khususnya di kalangan mahasiswa. Beberapa studi mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi justru berkorelasi positif dengan peningkatan perilaku konsumtif ([Mursalim et al., 2024](#)). Sebaliknya penelitian lain menemukan bahwa literasi keuangan berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, pemahaman finansial yang lebih baik mampu mengendalikan kecenderungan konsumsi berlebihan ([Monica et al., 2023](#)).

Selain literasi keuangan, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah tingkat kepercayaan individu terhadap sistem pembayaran digital. Semakin tinggi rasa nyaman dan aman seseorang dalam menggunakan pembayaran digital, semakin sering ia melakukan transaksi pada akhirnya dapat mendorong perilaku konsumtif ([Safira et al., 2023](#)). Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan gaya hidup modern turut berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif ([Frialyani et al., 2024](#)). Berdasarkan fenomena pembelian impulsif yang semakin marak, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan perilaku konsumtif mahasiswa FPEB dan FPSD Universitas Pendidikan Indonesia dalam penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital. Studi ini tidak bertujuan untuk menarik generalisasi terhadap seluruh populasi mahasiswa, melainkan sebagai studi komparatif terbatas yang fokus pada kecenderungan perilaku berdasarkan latar belakang akademik.

2. Literature Review

Dalam memahami fenomena ini, penelitian ini mengacu pada dua teori utama. Model *consumer behaviour and decision-making* menjelaskan bahwa pengambilan keputusan konsumen terdiri dari beberapa tahap utama mulai dari aspek penerimaan informasi, aspek pemrosesan informasi, aspek proses keputusan konsumen, aspek tindakan pembelian, aspek eksternal dan internal, *perceived usefulness*, *perceived ease of use*. ([Engel et al., 1968](#)). Sementara itu, *Technology Acceptance Model* (TAM) menyoroti dua indikator utama dalam adopsi teknologi, yakni manfaat yang dapat dirasakan (*Perceived Usefulness/PU*) serta kemudahan dalam pemakaian

yang dialami (*Perceived Ease of Use/PEOU*) ([Davis, 1986](#)). Kedua teori ini digunakan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap sistem pembayaran digital mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti hubungan antara digital payment dan perilaku konsumtif mahasiswa. [Rumbik et al. \(2024\)](#) menyoroti faktor teknologi, promosi, dan pemahaman finansial atau literasi keuangan mempengaruhi pola konsumsi generasi Z. [Zaharani \(2020\)](#) pada penelitiannya menganalisis pengaruh model TAM dan berbagai faktor terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan melibatkan 396 responden, hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, literasi ekonomi menunjukkan pengaruh negatif signifikan. Temuan ini relevan dengan penelitian saat ini karena menegaskan peran teknologi dan faktor internal dalam membentuk kecenderungan konsumtif mahasiswa.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh [Akhmal dan Lutviani \(2024\)](#) juga menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan QRIS di kalangan mahasiswa, namun dengan pendekatan *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) yang memiliki keterkaitan konsep dengan TAM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti *performance expectancy* dan *effort expectancy*, yang dalam TAM sepadan dengan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Selain itu, faktor sosial dan kondisi pendukung juga berperan dalam meningkatkan intensi dan penggunaan aktual QRIS. Meskipun menggunakan kerangka yang berbeda, temuan ini mendukung validitas konstruk utama TAM sebagai prediktor minat penggunaan teknologi, terutama dalam konteks pembayaran digital di kalangan mahasiswa. Studi-studi ini menjadi landasan dalam mengkaji lebih lanjut terkait *digital payment* khususnya QRIS mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini mengemukakan perbedaan perilaku konsumtif dalam penggunaan QRIS berdasarkan latar belakang akademik mahasiswa yang belum banyak diteliti. Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas penggunaan pembayaran digital dan perilaku konsumtif mahasiswa fokusnya lebih pada teknologi secara umum tanpa memperhatikan latar belakang akademik. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam membandingkan perilaku konsumtif mahasiswa dari dua fakultas dengan latar belakang akademik yang berbeda, yaitu Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) serta Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD) di Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) dalam penggunaan QRIS Payment.

Penelitian ini bersifat komparatif, memperluas pemahaman tentang perilaku konsumtif di era digital. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup yang terbatas, yakni hanya membandingkan perilaku konsumtif mahasiswa di dua fakultas tersebut. Pembahasan mengenai *digital payment* dalam penelitian ini secara khusus merujuk pada penggunaan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS). Dengan demikian, segala analisis, teori, dan temuan yang dibahas dalam penelitian ini difokuskan pada konteks penggunaan QRIS sebagai metode pembayaran digital yang menjadi objek utama penelitian.

3. Research Method

Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif komparatif dengan analisis deskriptif untuk membandingkan perilaku konsumtif mahasiswa FPEB dan FPSD dalam penggunaan QRIS. Subjek terdiri dari 50 mahasiswa aktif dari masing-masing fakultas, dengan objek berupa perilaku konsumtif berbasis pembayaran digital. Jumlah sampel masing-masing 50 responden

Published by:

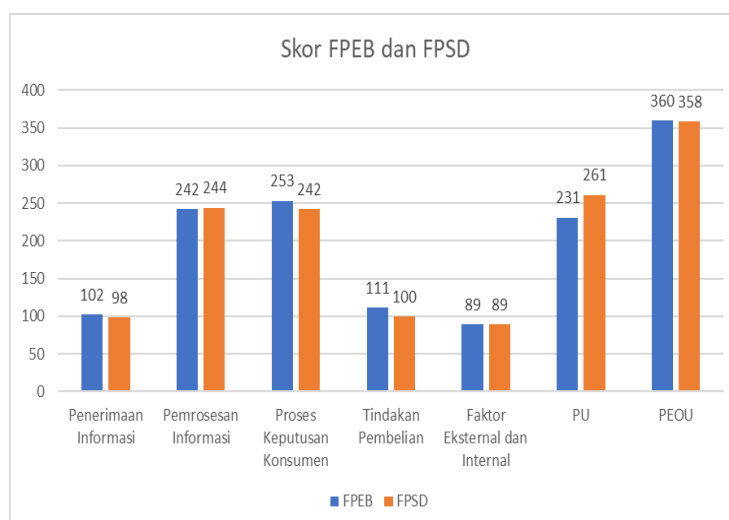
pada tiap fakultas dipilih dengan quota sampling. Jumlah ini ditentukan secara seimbang karena tipe penelitian ini adalah kuantitatif komparatif dengan fokus perbandingan antarkelompok, bukan generalisasi ke seluruh populasi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dikotomis (Ya/Tidak) menggunakan skala Guttman, yang memberikan jawaban tegas seperti ya-tidak atau pernah-tidak pernah dan setiap respon diberi skor seperti (setuju/ya = 2 dan tidak setuju/tidak = 1). [Ardiansyah et al. \(2023\)](#) Kuesioner tersebut mencakup lima aspek dari Model Perilaku Konsumen dan dua indikator dari *Technology Acceptance Model* (TAM), yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Instrumen disusun untuk menilai dukungan responden terhadap pernyataan yang relevan dengan perilaku konsumtif digital. Data dianalisis dengan metode pertambahan dengan menghitung modus dan total skor tiap aspek guna membandingkan hasil antar fakultas. Pengambilan skor bila responden memilih jawaban yang mendukung aspek dan menjauhi perilaku konsumtif dan penggunaan QRIS serta dalam perilaku konsumsi mereka. Analisis dilakukan dengan metode pertambahan, yaitu mencari modus tiap aspek dan menjumlahkan total per pertanyaan untuk membandingkan perilaku konsumtif antar fakultas. Pada kuesioner, responden diberi skor 1 jika jawabannya mendukung pernyataan pada aspek keputusan pembelian atau terkait dengan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Berdasarkan hasil penelitian, perilaku konsumtif mahasiswa FPEB dan FPSD menunjukkan lima perbedaan yang cukup signifikan di berbagai aspek. Mahasiswa FPEB cenderung memiliki tingkat konsumtif yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa FPSD, yang tercermin dari skor total yang lebih tinggi pada sebagian besar aspek utama yang berkaitan dengan kebiasaan konsumsi. Skor ini mencerminkan bahwa mahasiswa FPEB cenderung melakukan pengambilan keputusan yang lebih bijak dan rasional dalam hal konsumsi dibandingkan rekan mereka di FPSD.



Gambar 1. Skor Perbandingan

Berdasarkan hasil penelitian, diagram tersebut menunjukkan perbandingan skor antara FPEB dan FPSD dalam berbagai aspek yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan persepsi pengguna. Secara keseluruhan, skor kedua kelompok tampak relatif seimbang pada hampir

semua kategori, yang mengindikasikan adanya kesamaan pandangan atau pengalaman di antara keduanya. Meskipun demikian, terdapat beberapa perbedaan kecil yang dapat menjadi bahan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan tersebut.

Tabel 2. Instrumen Penelitian

Item	FPEB	% FPEB	FPSD	%FPSD
A. Aspek Penerimaan Informasi				
Pembelian didasari informasi	47	94%	47	94%
Menghindari penggunaan barang karena lingkungan sekitar	9	18%	9	18%
Menghindari pembelian dikarenakan tren	46	92%	42	84%
B. Aspek Pemrosesan Informasi				
Perhatian terhadap promosi atau potongan harga	45	90%	47	92%
Pemahaman terhadap spesifikasi barang sebelum membeli	45	90%	49	98%
Informasi barang jelas dan mudah dipahami	46	92%	38	76%
Penerimaan risiko jika barang tidak sesuai harapan	39	78%	40	80%
Kepercayaan terhadap kesesuaian barang dengan ekspektasi	39	78%	27	54%
Mengingat pengalaman positif lebih dari negatif	28	56%	43	86%
C. Aspek Proses Keputusan Konsumen				
Pembelian karena kebutuhan	49	98%	47	94%
Menghindari pembelian karena FOMO	44	88%	35	70%
Tidak mudah tergiur rekomendasi teman dibandingkan iklan	18	36%	17	34%
Perbandingan merk sebelum membeli	48	96%	47	94%
Yakin barang yang dibeli memberikan manfaat	47	94%	48	96%
Percaya pembelian terhadap barang banyak ulasan positif	47	94%	48	96%
D. Aspek Tindakan Pembelian				
Menghindari pembelian tanpa pertimbangan	36	72%	29	58%
Menghindari pembelian karena keinginan	29	58%	24	48%
Mengevaluasi kembali pembelian setelah transaksi	45	90%	47	94%
E. Aspek Eksternal				
Menghindari pembelian dipengaruhi lingkungan eksternal	32	64%	27	54%
Menghindari pembelian untuk meningkatkan sosial yang tinggi	28	56%	36	72%
Menghindari pembelian didasari tren dan yang sesuai dengan gaya hidup	29	58%	26	52%
F. Perceived Usefulness				
Pembayaran digital dianggap lebih efisien dalam transaksi sehari-hari	46	92%	45	90%
Tidak mengalami kegagalan dalam memproses transaksi non-tunai saat melakukan pembayaran	13	26%	9	18%
Tidak mengalami kebocoran data pribadi atau informasi finansial akibat penggunaan transaksi non-tunai	45	90%	35	70%
Puas dengan fleksibilitas pembayaran non-tunai di berbagai platform	44	88%	46	92%
Penggunaan transaksi non-tunai untuk berbelanja di platform e-commerce	47	94%	44	88%
Penggunaan metode pembayaran QRIS telah membantu dalam manajemen keuangan	36	72%	37	74%

G. Perceived Ease of Use				
Tidak kesulitan dalam memahami sistem kerja digital payment (QRIS)	43	86%	35	70%
Sistem pembayaran QRIS lebih cepat diproses dibandingkan pembayaran tunai	44	88%	45	90%
Sistem pembayaran QRIS mempercepat proses transaksi	44	88%	46	92%
Sistem pembayaran QRIS dapat dengan mudah diakses di berbagai perangkat	47	94%	49	98%
Dengan menggunakan sistem pembayaran QRIS dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih mudah	45	90%	49	98%
Jarang mengalami kesalahan teknis saat melakukan pembayaran melalui QRIS	44	88%	43	86%
Proses registrasi QRIS dapat dilakukan dengan mudah tanpa kendala di berbagai perangkat	46	92%	44	88%
Proses aktivasi layanan QRIS dapat dilakukan dengan mudah tanpa kendala di berbagai perangkat	47	94%	47	94%
TOTAL	3876		3812	

Berdasarkan tabel di atas, FPEB memperoleh total nilai tertinggi sebesar 3.876, sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan FPSD yang memperoleh nilai sebesar 3.812. Meskipun perbedaannya tidak terlalu besar, hal ini tetap menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB memiliki keunggulan dalam aspek pengambilan keputusan. Di sisi lain, mahasiswa FPSD cenderung lebih unggul dan merasa lebih nyaman dalam aspek teknologi, khususnya pada indikator *perceived ease of use*.

Hasil Uji Validitas

Tabel uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan item kuesioner dalam mengukur perilaku konsumtif mahasiswa pengguna QRIS. Validasi dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel (0.1966) pada tingkat signifikansi 5%. Item dengan r hitung $>$ r tabel dinyatakan valid, sedangkan sebaliknya tidak valid. Instrumen mencakup aspek penerimaan informasi, pemrosesan informasi, keputusan konsumen, tindakan pembelian, faktor eksternal-internal, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use*. Sebagian besar item valid, menunjukkan kuesioner cukup baik. Namun, terdapat beberapa item yang perlu diperbaiki dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Jumlah Varian	Varian Total	Keputusan
64.755	20.872	0.6917
Hasil: Reliabel		

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur stabil dan dapat dipercaya saat digunakan berulang kali. Menurut [Tahitu & Wattimena \(2023\)](#), kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0.60. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai sebesar 0.6917 pada aspek keputusan, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

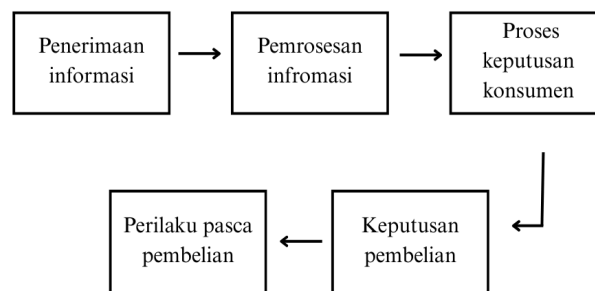
4.2 Pembahasan

Published by:

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat perbedaan tingkat perilaku konsumtif antara mahasiswa Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) dan Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD). Mahasiswa FPEB menunjukkan tingkat konsumtif yang lebih rendah dibandingkan dengan mahasiswa FPSD. Perbedaan ini secara teoritis dapat dijelaskan melalui latar belakang akademik masing-masing fakultas. Mahasiswa FPEB yang terbiasa dengan prinsip-prinsip ekonomi, manajemen keuangan, dan perencanaan konsumsi rasional dalam kurikulum mereka cenderung memiliki kesadaran finansial yang lebih tinggi. Sebaliknya mahasiswa FPSD yang latar belakang akademiknya lebih menekankan aspek kreativitas, ekspresi seni, dan kepekaan terhadap tren sosial cenderung lebih terbuka terhadap pengaruh eksternal seperti gaya hidup, lingkungan sosial, serta dorongan untuk mengikuti tren. Perbedaan ini mempertegas bahwa latar belakang akademik memiliki pengaruh terhadap bagaimana individu mengelola pengeluaran mereka dalam konteks *digital payment* seperti QRIS, dengan FPEB lebih rasional dan FPSD lebih impulsif dalam perilaku konsumsinya.

4.2.1 Consumer Behaviour and Decision-Making

Berdasarkan teori *Consumer Behaviour and Decision-Making* yang dikembangkan oleh [Engel, Kollat, dan Blackwell \(1968\)](#), perilaku konsumsi tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui serangkaian proses sistematis yang terdiri dari lima tahapan utama. Tahapan ini mencerminkan bagaimana konsumen berpikir, memproses informasi, hingga akhirnya mengambil keputusan pembelian. Lima tahapan tersebut meliputi:



Gambar 1. Tahap Keputusan Pembelian

4.2.2 Penerimaan Informasi

Tabel 4. Aspek Penerimaan Informasi

Item	Nilai FPEB	FPEB (%)	Nilai FPSD	FPSD (%)
Pembelian didasari informasi	47	94%	47	94%
Menghindari penggunaan barang karena lingkungan sekitar	9	18%	9	18%
Menghindari pembelian dikarenakan tren	46	92%	42	84%

Pada aspek penerimaan informasi dalam tahap pencarian sebelum melakukan pembelian, mahasiswa dari Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) serta Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD) menunjukkan hasil yang sama, yaitu 47:47. Kesetaraan nilai ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dari kedua fakultas cenderung untuk tidak langsung melakukan pembelian tanpa terlebih dahulu mencari dan mengolah informasi yang relevan.

Mereka secara umum menunjukkan kecenderungan untuk mengevaluasi berbagai sumber informasi sebelum mengambil keputusan, yang mencerminkan sikap kehati-hatian dan kecenderungan berpikir rasional. Sikap ini memperlihatkan bahwa mahasiswa dari kedua fakultas cenderung tidak impulsif, serta mempertimbangkan terlebih dahulu manfaat dan kebutuhan dari produk atau jasa yang akan mereka beli. Dengan demikian, mereka memperlihatkan kesadaran dalam proses pengambilan keputusan konsumsi, yang menandakan adanya kemampuan kognitif yang baik dalam mengelola informasi sebelum bertindak.

Selanjutnya, dalam hal pengaruh lingkungan sekitar terhadap keputusan penggunaan suatu barang atau jasa, mahasiswa FPEB dan FPSD kembali menunjukkan skor yang identik, yaitu 9:9. Artinya, dari 50 responden, hanya 9 mahasiswa dari masing-masing fakultas yang mampu menghindari pengaruh lingkungan dalam keputusan konsumsi mereka. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa dari kedua fakultas masih belum sepenuhnya mampu mengendalikan diri terhadap tekanan lingkungan dalam melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk.

Dalam konteks pembelian yang dipengaruhi oleh tren, ditemukan perbedaan sikap antara mahasiswa FPEB dan FPSD. Mahasiswa FPEB cenderung menghindari pembelian yang semata-mata dipengaruhi oleh tren, sementara mahasiswa FPSD lebih cenderung mengikuti tren dalam melakukan pembelian. Meskipun perbedaannya tidak terlalu besar terlihat dari nilai 46 untuk FPEB dan 42 untuk FPSD. Namun, hal ini tetap menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB memiliki tingkat kontrol diri yang sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa FPSD dalam hal ini. Artinya, mereka lebih mampu membatasi dorongan untuk mengikuti tren semata dan lebih mempertimbangkan aspek kebutuhan atau relevansi produk dengan gaya hidup mereka. Sementara itu, mahasiswa FPSD, mungkin karena latar belakang mereka yang lebih dekat dengan dunia seni dan estetika, lebih terbuka terhadap pengaruh tren dalam keputusan pembelian mereka, yang pada akhirnya bisa berdampak pada munculnya perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

Secara keseluruhan, meskipun terdapat beberapa kesamaan antara kedua fakultas, perbedaan dalam merespons pengaruh lingkungan dan tren mencerminkan adanya variasi dalam pola perilaku konsumtif serta tingkat kontrol diri masing-masing kelompok mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan literasi keuangan dan peningkatan kesadaran kritis dalam menghadapi berbagai bentuk stimulus konsumsi di era digital dan media sosial yang sangat dinamis. Hasil pembahasan ini juga mendukung pernyataan [Rumbik et al. \(2024\)](#) bahwa Generasi Z yang memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai konsep pengelolaan keuangan cenderung lebih bijak dalam pengambilan keputusan pembelian. Mereka mampu menyusun anggaran, mengatur prioritas pengeluaran, serta mempertimbangkan nilai fungsional suatu barang, sehingga lebih efektif dalam menghindari pembelian impulsif yang tidak memberikan manfaat.

4.2.3 Pemrosesan Informasi

Tabel 5. Aspek Pemrosesan Informasi

Item	Nilai FPEB	FPEB (%)	Nilai FPSD	FPSD (%)
Perhatian terhadap promosi atau potongan harga	45	90%	47	92%
Pemahaman terhadap spesifikasi barang sebelum membeli	45	90%	49	98%
Informasi barang jelas dan mudah dipahami	46	92%	38	76%

Penerimaan risiko jika barang tidak sesuai harapan	39	78%	40	80%
Kepercayaan terhadap kesesuaian barang dengan ekspektasi	39	78%	27	54%
Mengingat pengalaman positif lebih dari negatif	28	56%	43	86%

Mahasiswa dari Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD) dan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) menunjukkan kecenderungan yang berbeda dalam berbagai aspek pertimbangan ketika melakukan aktivitas berbelanja. Perbedaan ini mencerminkan karakteristik masing-masing kelompok berdasarkan latar belakang pendidikan dan kecenderungan perilaku konsumen mereka.

Dalam aspek perhatian terhadap promosi, mahasiswa FPSD menunjukkan angka dominasi yang sedikit lebih tinggi (47) dibandingkan dengan mahasiswa FPEB (45). Hal ini mencerminkan bahwa mahasiswa FPSD cenderung memiliki gaya hidup yang lebih hemat dan berhati-hati dalam pengeluaran. Mereka biasanya aktif membandingkan harga antar produk, mempertimbangkan diskon yang ditawarkan, dan mencari alternatif promosi sebelum mengambil keputusan pembelian. Perilaku ini mungkin dipengaruhi oleh kreativitas dan sensitivitas mereka terhadap visual, yang membuat mereka lebih peka terhadap iklan promosi yang menarik dan penawaran terbatas yang disampaikan melalui media visual.

Sementara itu, dalam aspek pemahaman terhadap spesifikasi barang, mahasiswa FPSD kembali menunjukkan keunggulan (49) dibandingkan mahasiswa FPEB (45). Mereka lebih cermat dan selektif dalam mengevaluasi karakteristik suatu produk sebelum membelinya. Proses ini melibatkan penelaahan terhadap kualitas material, desain, fitur, hingga kesesuaian produk dengan kebutuhan pribadi. Kebiasaan ini menggambarkan kecenderungan mahasiswa FPSD untuk tidak terburu-buru dalam berbelanja dan lebih mengedepankan pertimbangan mendalam.

Pada aspek pemahaman terhadap informasi barang, mahasiswa FPEB mencatat skor yang lebih tinggi (46) dibandingkan FPSD (38). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB lebih mengutamakan kejelasan, kelengkapan, dan akurasi informasi terkait harga, kualitas, serta merek produk. Mereka cenderung mengandalkan data dan informasi objektif dalam membuat keputusan, seperti membaca *review*, meninjau detail produk secara rinci, serta memverifikasi keaslian produk melalui sumber yang terpercaya. Sikap ini sejalan dengan latar belakang akademik mereka yang menekankan pada rasionalitas, analisis, dan efisiensi dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Dalam hal penerimaan terhadap risiko, perbedaan antara kedua kelompok tidak terlalu signifikan, dengan FPSD mencatat angka 40 dan FPEB 39. Meski demikian, mahasiswa FPSD sedikit lebih unggul dalam mempertimbangkan faktor mitigasi risiko sebelum membeli suatu produk. Mereka lebih memperhatikan adanya jaminan garansi, fleksibilitas dalam proses retur barang, serta ketersediaan layanan purna jual sebagai bentuk perlindungan konsumen. Ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap potensi kerugian dari transaksi dan berusaha meminimalkan dampaknya melalui jaminan yang tersedia.

Pada aspek kepercayaan terhadap ekspektasi produk, mahasiswa FPEB menunjukkan skor yang lebih tinggi (39) dibandingkan mahasiswa FPSD (27). Kepercayaan mereka terhadap produk dipengaruhi oleh berbagai strategi pemasaran, termasuk testimoni pelanggan, endorsement oleh tokoh publik, dan informasi yang disampaikan oleh produsen. Mahasiswa FPEB lebih responsif terhadap bentuk pemasaran serta informasi yang diterima dan mampu membentuk ekspektasi

positif terhadap manfaat produk sebelum mereka mencobanya secara langsung.

Terakhir, dari segi pengalaman belanja, mahasiswa FPSD kembali mendominasi dengan skor 43, sedangkan FPEB berada di angka 28. Mahasiswa FPSD lebih cenderung melakukan pembelian ulang terhadap produk yang sebelumnya memberikan pengalaman positif. Loyalitas terhadap merek atau produk tertentu lebih kuat di kalangan mahasiswa FPSD, khususnya ketika mereka merasa puas terhadap kualitas, kenyamanan, dan pelayanan yang diberikan.

Mahasiswa FPSD dan FPEB menunjukkan perbedaan dalam perilaku belanja. Mahasiswa FPSD lebih unggul dalam hal perhatian terhadap promo, pemahaman spesifikasi, penerimaan risiko, dan pengalaman belanja, yang menunjukkan sikap hemat, teliti, dan berorientasi pada pengalaman. Sementara itu, mahasiswa FPEB lebih menonjol dalam memahami informasi produk dan membangun kepercayaan melalui strategi pemasaran, mencerminkan pendekatan yang lebih rasional dan analitis. Perbedaan ini mencerminkan karakteristik keilmuan masing-masing fakultas.

Hasil pembahasan ini juga mendukung pernyataan Rumbik et al. (2024) bahwa konsumsi Generasi Z dipengaruhi oleh teknologi, promosi, dan literasi keuangan. Teknologi pembayaran digital secara umum mempermudah transaksi dan mendorong pembelian impulsif. Promosi seperti diskon dan penawaran eksklusif terbukti menjadi pemicu utama perilaku konsumtif, apalagi saat dikombinasikan dengan kemudahan akses digital. Sementara itu, literasi keuangan dan penerapan *mental accounting* berperan penting dalam menahan dorongan konsumtif dengan membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih terencana.

Penelitian ini memberikan kontribusi lebih lanjut dengan memperdalam analisis melalui pemisahan karakteristik perilaku konsumsi berdasarkan latar belakang fakultas, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih spesifik mengenai pengaruh QRIS terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

4.2.4 Proses Keputusan Konsumen

Tabel.6 Aspek Proses Keputusan Konsumen

Item	Nilai FPEB	FPEB (%)	Nilai FPSD	FPSD (%)
Pembelian karena kebutuhan	49	98%	47	94%
Menghindari pembelian karena FOMO	44	88%	35	70%
Tidak mudah tergiur rekomendasi teman dibandingkan iklan	18	36%	17	34%
Perbandingan merk sebelum membeli barang	48	96%	47	94%
Yakin barang yang dibeli memberikan manfaat	47	94%	48	96%
Percaya pembelian terhadap barang banyak ulasan positif	47	94%	48	96%

Dalam aspek proses pengambilan keputusan konsumen pada tahap pembelian barang karena kebutuhan, mahasiswa dari Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dari Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB cenderung lebih rasional dan

mempertimbangkan aspek fungsional dari suatu produk sebelum melakukan pembelian. Mereka menunjukkan bahwa lebih memahami bahwa kebutuhan primer harus dipenuhi terlebih dahulu, karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan hidup dan aktivitas sehari-hari. Pengetahuan ekonomi yang dimiliki oleh mahasiswa FPEB berkontribusi dalam membentuk pola pikir konsumsi yang lebih bijak dan terarah pada pemenuhan kebutuhan daripada keinginan.

Mahasiswa FPSD mencatat skor lebih tinggi dalam pembelian karena Fear of Missing Out (FOMO), yaitu 44 dibandingkan 35 pada mahasiswa FPEB. Hal ini menunjukkan pengaruh tekanan sosial dan keinginan eksistensi melalui barang-barang viral, meski tidak selalu dibutuhkan. Sementara itu, mahasiswa FPEB cenderung lebih bijak dan mampu menghindari perilaku konsumtif akibat FOMO.

Mahasiswa FPEB dan FPSD menunjukkan skor hampir seimbang dalam menghindari kecenderungan membeli karena rekomendasi teman, yakni 18 dan 17. Mudah tergiur oleh rekomendasi teman juga termasuk perilaku konsumtif, karena keputusan pembelian sebaiknya didasarkan pada riset, bukan semata pendapat orang lain. Skor FPEB yang sedikit lebih tinggi mencerminkan kemampuan yang lebih baik dalam menekan perilaku konsumtif.

Selanjutnya, pada aspek perbandingan beberapa merek sebelum melakukan pembelian, skor yang diperoleh menunjukkan selisih sangat kecil antara FPEB dan FPSD, walaupun FPEB lebih unggul yaitu 48:47. Ini menandakan bahwa mahasiswa dari kedua fakultas memiliki sikap kehati-hatian yang cukup tinggi sebelum membeli suatu produk. Mereka cenderung membandingkan kualitas, harga, dan fitur dari berbagai merek untuk mendapatkan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Proses ini mencerminkan adanya perilaku konsumen yang rasional dan kritis, yang tidak langsung percaya pada satu pilihan, tetapi lebih memilih untuk mencari informasi tambahan sebelum membuat keputusan akhir.

Pada aspek keyakinan bahwa barang yang dibeli akan memberikan manfaat, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa FPSD sedikit lebih tinggi keyakinannya dibandingkan FPEB, yaitu 48 berbanding 47. Perbedaan yang kecil ini menunjukkan bahwa kedua kelompok memiliki tingkat kepercayaan yang hampir sama terhadap produk yang mereka beli. Keyakinan ini biasanya terbentuk karena pengalaman sebelumnya yang positif, atau karena reputasi merek yang sudah dikenal luas. Ketika konsumen percaya bahwa suatu produk akan memberikan manfaat nyata, maka mereka cenderung lebih mantap dalam melakukan pembelian.

Aspek terakhir adalah kepercayaan terhadap produk yang memiliki banyak ulasan positif. Hasil yang diperoleh kembali menunjukkan kesamaan kecenderungan antara mahasiswa FPEB dan FPSD. Ulasan positif dari konsumen lain dapat menjadi bukti sosial bahwa produk tersebut memang layak dibeli. Dalam era digital saat ini, ulasan konsumen menjadi salah satu sumber informasi yang sangat berpengaruh, bahkan bisa lebih dipercaya dibandingkan iklan resmi. Ulasan yang mencerminkan pengalaman nyata dari pengguna lain dapat memperkuat keyakinan konsumen bahwa produk tersebut memiliki kualitas dan manfaat yang baik. Selain itu, banyaknya ulasan positif juga mencerminkan tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, sehingga dapat mendorong pembelian dari calon konsumen baru.

Perbedaan pola konsumsi antara mahasiswa FPEB dan FPSD dipengaruhi oleh latar belakang keilmuan, persepsi kebutuhan, dan pengaruh sosial. Mahasiswa FPEB menunjukkan perilaku yang lebih rasional dan terkontrol, khususnya dalam menghindari pembelian karena FOMO dan memprioritaskan kebutuhan. Sebaliknya, mahasiswa FPSD memiliki skor lebih rendah dalam

menghindari pembelian karena FOMO, yang menunjukkan kerentanan lebih besar terhadap dorongan emosional dan pengaruh status sosial.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Zaharani (2020), yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh keinginan, daya beli, dan status sosial. Daya beli yang tinggi membuat individu cenderung lebih konsumtif karena mereka merasa mampu dan diuntungkan dari pembelian tersebut. Status sosial pun berperan, karena individu dengan status lebih tinggi cenderung membeli barang mahal sebagai bentuk pencitraan diri atau simbol prestise. Selain itu, keinginan untuk tampil beda dan diakui dalam lingkungan sosial mendorong gaya hidup konsumtif, termasuk dalam penggunaan produk secara berulang yang dinilai memberi keuntungan pribadi.

4.2.5 Tindakan Pembelian

Tabel.7 Aspek Tindakan Pembelian

Item	Nilai FPEB	FPEB(%)	Nilai FPSD	FPSD(%)
Menghindari pembelian barang tanpa pertimbangan	36	72%	29	58%
Menghindari pembelian barang karena keinginan	29	58%	24	48%
Mengevaluasi kembali pembelian setelah transaksi	45	90%	47	94%

Dalam aspek pembelian tanpa pertimbangan, mahasiswa FPEB menunjukkan hasil yang lebih unggul dengan skor 36 dibandingkan mahasiswa FPSD yang memperoleh skor 29. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa FPEB cenderung lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian. Mereka terbiasa mempertimbangkan berbagai faktor seperti urgensi, manfaat, serta ketersediaan dana sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, sehingga menghindari keputusan yang terburu-buru atau impulsif. Selanjutnya, pada aspek pembelian yang didasarkan atas keinginan dibandingkan kebutuhan, mahasiswa FPEB kembali menunjukkan skor lebih tinggi, yaitu 29 dibandingkan dengan FPSD yang mencatat skor 24. Perbedaan ini menggambarkan bahwa mahasiswa FPEB cenderung lebih mengutamakan kebutuhan dasar daripada mengikuti keinginan semata. Mereka mampu membedakan mana yang benar-benar diperlukan dan mana yang hanya bersifat keinginan sesaat, yang pada akhirnya mencerminkan perilaku konsumtif yang lebih terkendali.

Pada aspek evaluasi keputusan pembelian setelah transaksi selesai, mahasiswa FPSD justru mencatat skor yang lebih tinggi yaitu 47 dibandingkan FPEB yang mendapatkan skor 45. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPSD cenderung lebih reflektif dan kritis terhadap keputusan yang telah mereka ambil dalam proses pembelian. Mereka lebih sering melakukan peninjauan ulang terhadap pembelian yang telah dilakukan, termasuk menilai apakah keputusan tersebut tepat atau tidak, dan apakah pembelian tersebut memberikan kepuasan sesuai harapan. Dengan kata lain, meskipun FPSD lebih cenderung melakukan pembelian berdasarkan keinginan, mereka juga memiliki kecenderungan untuk belajar dari pengalaman transaksi yang telah dilakukan.

Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB cenderung lebih rasional dan terkontrol dalam berbelanja, sementara mahasiswa FPSD lebih reflektif setelah melakukan pembelian. Perbedaan ini berkaitan dengan *social influence* atau pengaruh sosial, yang menurut Akhmal dan Lutviani (2024), berpengaruh signifikan terhadap niat perilaku konsumtif. Mahasiswa FPEB, dengan latar belakang ekonomi, mungkin lebih dipengaruhi oleh norma rasional di lingkungan akademiknya. Kaitan ini juga tercermin dalam temuan model penggunaan QRIS, di

mana pengaruh sosial terbukti secara signifikan mempengaruhi *behavioral intention* untuk menggunakan QRIS, karena dorongan lingkungan dapat menumbuhkan minat mencoba dan mengadopsi metode pembayaran digital tersebut.

Hal ini menggambarkan bahwa perilaku konsumtif tidak sepenuhnya bergantung pada aspek kognitif saat sebelum pembelian. Namun, dipengaruhi juga oleh proses reflektif setelah transaksi, seperti yang dijelaskan dalam model perilaku konsumen yang mempertimbangkan evaluasi pasca pembelian sebagai salah satu tahap penting dalam proses pengambilan keputusan.

4.2.6 Faktor Eksternal dan Internal

Tabel.8 Aspek Eksternal

Item	FPEB	FPEB(%)	FPSD	FPSD(%)
Menghindari pembelian dipengaruhi lingkungan eksternal	32	64%	27	54%
Menghindari pembelian untuk meningkatkan sosial yang tinggi	28	56%	36	72%
Menghindari pembelian didasari tren dan yang sesuai dengan gaya hidup	29	58%	26	52%

Perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Hanya saja pada faktor internal seluruh instrumen tidak lulus hasil uji validitas sehingga pada faktor internal tidak dapat diteliti lebih lanjut. Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat perbedaan signifikan dalam pengaruh faktor eksternal dan internal terhadap perilaku pembelian mahasiswa dari dua fakultas yang berbeda, yakni Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB) dan Fakultas Pendidikan Seni dan Desain (FPSD). Pada tahap pertama, yang mengukur pengaruh lingkungan eksternal terhadap keputusan pembelian, mahasiswa FPEB memperoleh skor 32, sedangkan mahasiswa FPSD memperoleh skor 27. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPSD lebih terpengaruh oleh norma sosial dan kebiasaan sosial dalam pengambilan keputusan pembelian. Sebaliknya, mahasiswa FPEB cenderung lebih berhati-hati dan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian.

Selanjutnya, pada tahap pembelian produk untuk meningkatkan status sosial, ditemukan bahwa mahasiswa FPSD memiliki skor lebih tinggi (36) dibandingkan mahasiswa FPEB (28). Perbedaan ini mencerminkan bahwa mahasiswa FPEB lebih terdorong oleh faktor emosional seperti gengsi, pembelian impulsif, dan pencarian kepuasan diri dalam konsumsi produk.

Terakhir, pada tahap gaya hidup yang mempengaruhi pembelian produk agar tidak tertinggal tren, terlihat bahwa mahasiswa FPEB memperoleh skor 29, sedikit lebih tinggi dibandingkan mahasiswa FPSD yang memperoleh skor 26. Mahasiswa FPSD lebih cenderung mengikuti tren konsumsi sebagai bagian dari identitas sosial mereka, yang dipengaruhi oleh hedonisme dan kebutuhan untuk menunjukkan status sosial melalui produk yang mereka beli. Sementara itu, mahasiswa FPEB cenderung memiliki pendekatan yang lebih baik ketika melakukan pembelian, karena segala sesuatu yang mendekatkan pada ketakutan akan tertinggal tren akan menjerumuskan pada perilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB cenderung lebih rasional dalam pengambilan keputusan pembelian dibandingkan mahasiswa FPSD. Hal ini terlihat dari skor yang lebih tinggi pada aspek pengaruh eksternal dan gaya hidup, yang mengindikasikan bahwa mereka lebih mampu menahan pengaruh lingkungan dan tren konsumsi. Sebaliknya,

mahasiswa FPSD menunjukkan skor yang lebih tinggi pada aspek pembelian untuk meningkatkan status sosial, yang mencerminkan kecenderungan yang lebih besar terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FPEB memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam menghindari perilaku konsumtif dibandingkan mahasiswa FPSD.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Rumbik et al. (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup yang dimaksud merujuk pada kecenderungan mahasiswa, khususnya Generasi Z, untuk menjadikan konsumsi terutama dalam hal *fashion* dan belanja online sebagai bagian dari identitas diri serta respons terhadap tren sosial dan emosional. Dengan demikian, pendekatan terhadap konsumsi dari kedua fakultas mencerminkan perbedaan dalam orientasi sosial dan emosional, yang berpengaruh pada tingkat kecenderungan mereka terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan orientasi sosial yang tinggi cenderung melakukan pembelian untuk menjaga citra diri atau mengikuti gaya hidup kelompoknya dapat mendorong pembelian impulsif.

4.3.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Kedua, berlandaskan Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, ditemukan bahwa mahasiswa FPEB lebih dominan dalam aspek *perceived usefulness*, yakni kecenderungan untuk menggunakan QRIS karena manfaat nyata yang dirasakan dalam meningkatkan efisiensi transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FPEB lebih mempertimbangkan kegunaan teknologi sebelum mengadopsinya, sehingga penggunaan QRIS mendorong perilaku konsumsi yang lebih terkontrol. Sebaliknya, mahasiswa FPSD lebih unggul dalam aspek *perceived ease of use*, yang berarti kemudahan penggunaan QRIS menjadi faktor utama pendorong adopsi teknologi. Kemudahan ini, meskipun berdampak positif dalam mempercepat transaksi, dapat menimbulkan implikasi negatif berupa peningkatan perilaku konsumtif akibat penggunaan yang impulsif tanpa evaluasi kebutuhan secara mendalam. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang mengadopsi teknologi berbasis pada *perceived usefulness* seperti FPEB, cenderung menggunakannya secara lebih rasional. Sedangkan, mahasiswa yang lebih dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, seperti FPSD, lebih rentan terhadap konsumsi berlebih akibat pemanfaatan teknologi yang instan dan praktis.

4.3.2 *Perceived Usefulness (PU)*

Tabel 9. Perceived Usefulness

Item	Nilai FPE B	FPE B (%)	Nilai FPS D	FPS D (%)
Pembayaran digital dianggap lebih efisien dalam transaksi sehari-hari	46	92%	45	90%
Tidak mengalami kegagalan dalam memproses transaksi non-tunai saat melakukan pembayaran	13	26%	9	18%
Tidak mengalami kebocoran data pribadi atau informasi finansial akibat penggunaan transaksi non-tunai	45	90%	35	70%
Puas dengan fleksibilitas pembayaran non-tunai di berbagai platform	44	88%	46	92%
Penggunaan transaksi non-tunai untuk berbelanja di platform e-commerce	47	94%	44	88%
Penggunaan metode pembayaran QRIS telah membantu dalam manajemen keuangan	36	72%	37	74%

Pada aspek *Perceived Usefulness* (PU), hasil penelitian menunjukkan persepsi yang relatif beragam antara mahasiswa FPEB dan FPSD terhadap efektivitas penggunaan pembayaran digital. Pada sub-aspek efisiensi pembayaran digital, mahasiswa FPEB sedikit lebih unggul dibandingkan FPSD (46:45). Keduanya secara umum sepakat bahwa sistem pembayaran digital dinilai efisien karena kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi yang berkontribusi pada penghematan waktu. Namun, pada sub-aspek frekuensi kegagalan transaksi non-tunai, hanya 26% (13) responden FPEB yang tidak mengalami kegagalan saat bertransaksi. Begitu pula pada responden FPSD yang hanya 18% (9) tidak mengalami kegagalan. Dengan demikian FPEB terlihat memiliki frekuensi kegagalan yang lebih rendah dibandingkan FPSD. Hal ini juga dapat disebabkan oleh ketersediaan jaringan internet yang lebih stabil dan pemahaman yang baik terhadap penggunaan aplikasi pembayaran.

Terkait isu keamanan, mahasiswa FPEB juga merasa tidak adanya kebocoran data pribadi dibandingkan mahasiswa FPSD (45:35). Hal ini mencerminkan minimnya kekhawatiran terhadap kelemahan sistem keamanan. Sementara itu, dalam hal fleksibilitas penggunaan metode pembayaran non-tunai di berbagai *platform*, mahasiswa FPSD sedikit lebih puas dibanding FPEB (46:44). Hal ini berkaitan dengan persepsi akan kepraktisan, terutama karena tidak perlu menyiapkan uang tunai atau menunggu kembalian.

Pada penggunaan transaksi non-tunai di *platform e-commerce*, FPEB menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih tinggi (47:44), karena menganggap metode ini lebih cepat, praktis, dan tidak memerlukan usaha lebih dalam proses pembayaran. Lalu pada aspek pemanfaatan QRIS sebagai alat bantu manajemen keuangan, terlihat bahwa sebanyak 72% (36) responden dari FPEB merasa terbantu karena QRIS menyediakan bukti transaksi yang memudahkan pencatatan pengeluaran secara lebih sistematis. Sebaliknya, hanya sebagian mahasiswa FPSD yaitu 74% (37) yang menyatakan hal serupa, menandakan bahwa mereka cukup memanfaatkan fitur bukti pembayaran digital sebagai alat kontrol keuangan pribadi. Perbedaan ini dapat dikaitkan dengan latar belakang akademik masing-masing fakultas, mahasiswa FPEB yang terbiasa dengan prinsip pengelolaan keuangan dan pencatatan transaksi dalam pembelajaran cenderung lebih sadar akan pentingnya dokumentasi keuangan. Sementara mahasiswa FPSD, yang orientasi studinya lebih bersifat kreatif dan ekspresif, kemungkinan belum menjadikan pencatatan keuangan sebagai prioritas dalam perilaku konsumsi mereka.

Temuan menunjukkan bahwa baik mahasiswa FPEB maupun FPSD menilai QRIS sebagai alat pembayaran yang efisien dan berguna. Namun, mahasiswa FPEB lebih banyak memanfaatkan QRIS sebagai alat bantu pencatatan keuangan melalui fitur bukti transaksi digital. Hal ini menunjukkan bahwa selama pengguna memanfaatkan teknologi pembayaran digital secara sadar misalnya untuk memantau dan mencatat pengeluaran QRIS justru dapat berperan sebagai alat pengendali konsumsi. Dengan kata lain, persepsi terhadap kegunaan (*Perceived Usefulness*) tidak selalu mendorong perilaku konsumtif, selama pengguna memiliki literasi ekonomi dan mampu mengintegrasikan teknologi tersebut ke dalam manajemen keuangan pribadi mereka. Sebaliknya, jika efisiensi hanya dimaknai sebagai kemudahan bertransaksi tanpa kontrol, maka kecenderungan konsumtif justru meningkat.

Temuan ini juga mendukung pernyataan Zaharani (2020) yang menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kegunaan suatu teknologi, maka semakin besar pula kecenderungan konsumtif pengguna terutama jika tidak diimbangi dengan kontrol atau literasi ekonomi yang memadai. Semakin pengguna merasa teknologi tersebut berguna dan efisien, semakin besar kecenderungan mereka menggunakannya secara impulsif, tanpa perhitungan yang matang.

4.3.3 Perceived Ease of Use (PEOU)

Tabel 10. *Perceived Ease of Use*

Item	Nilai FPE B	FPE B (%)	Nilai FPS D	FPS D (%)
Tidak kesulitan dalam memahami sistem kerja digital payment (QRIS)	43	86%	35	70%
Sistem pembayaran QRIS lebih cepat diproses dibandingkan pembayaran tunai	44	88%	45	90%
Sistem pembayaran QRIS mempercepat proses transaksi	44	88%	46	92%
Sistem pembayaran QRIS dapat dengan mudah diakses di berbagai perangkat	47	94%	49	98%
Dengan menggunakan sistem pembayaran QRIS dapat menyelesaikan transaksi dengan lebih mudah	45	90%	49	98%
Jarang mengalami kesalahan teknis saat melakukan pembayaran melalui QRIS	44	88%	43	86%
Proses registrasi QRIS dapat dilakukan dengan mudah tanpa kendala di berbagai perangkat	46	92%	44	88%
Proses aktivasi layanan QRIS dapat dilakukan dengan mudah tanpa kendala di berbagai perangkat	47	94%	47	94%

Aspek *Perceived Ease of Use* dalam penggunaan QRIS menunjukkan keterkaitan yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa FPEB menunjukkan adaptasi sistem yang lebih baik terhadap QRIS, dengan skor 43 dibanding 35 pada mahasiswa FPSD. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa FPEB lebih memahami cara kerja sistem QRIS, kemungkinan karena kebiasaan dan eksposur yang lebih tinggi terhadap teknologi finansial. Mahasiswa FPSD menilai QRIS lebih cepat dibanding uang tunai dengan skor 45 banding 44, serta merasa sistem ini mempercepat proses transaksi (46:44), lebih mudah diakses melalui perangkat digital (49:47), dan mempermudah penyelesaian transaksi (49:45). Di sisi lain, mahasiswa FPEB memiliki skor lebih tinggi dalam hal pengalaman mengalami kendala teknis (44:43), menunjukkan mereka lebih jarang menghadapi gangguan saat menggunakan QRIS. Meski begitu, mahasiswa FPEB masih unggul dalam persepsi kemudahan proses registrasi QRIS (46:44). Sementara itu, persepsi terhadap kemudahan aktivasi QRIS tanpa hambatan teknis dinilai setara oleh kedua kelompok dengan skorimbang 47:47. Persepsi kemudahan ini berperan penting karena semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin rendah hambatan dalam melakukan transaksi, sehingga meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian, termasuk pembelian impulsif. Mahasiswa FPSD yang merasa lebih lancar dan cepat dalam menggunakan QRIS cenderung lebih siap melakukan transaksi digital, yang bisa memicu perilaku konsumtif secara lebih nyata dibanding kelompok yang menghadapi kendala teknis.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Akhmal dan Lutviani (2024) yang menjelaskan bahwa *effort expectancy*, yaitu persepsi terhadap kemudahan penggunaan sistem, memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi dan penggunaan aktual QRIS. Mahasiswa yang merasa bahwa QRIS mudah diakses dan digunakan cenderung lebih sering memanfaatkannya dalam transaksi sehari-hari. Hal ini mendukung argumen bahwa persepsi kemudahan tidak hanya mempengaruhi penerimaan teknologi, tetapi juga dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama ketika penggunaan menjadi impulsif akibat minimnya hambatan teknis.

5. Kesimpulan

Published by:

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa sebagai dampak dari kemajuan teknologi digital, khususnya penggunaan QRIS. Permasalahan ini mulai terlihat dari keseharian mahasiswa yang dengan mudah tergoda oleh tren atau promo, kemudahan bertransaksi, dan kenyamanan digital, sementara literasi keuangan diharapkan menjadi faktor penyeimbang dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang jelas antara mahasiswa FPEB dan FPSD. Mahasiswa FPEB cenderung mengedepankan pertimbangan rasional dan nilai guna (*perceived usefulness*) dalam berbelanja, sejalan dengan latar belakang pendidikan ekonomi mereka. Sementara itu, mahasiswa FPSD lebih cepat beradaptasi dengan teknologi, namun lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena dominasi faktor kemudahan dan kenyamanan (*perceived ease of use*), serta cenderung tidak melalui seluruh tahapan pengambilan keputusan pembelian secara utuh.

Sebagai solusi, diperlukan penguatan literasi keuangan berbasis digital yang aplikatif dan lintas disiplin. Program edukatif yang kontekstual serta kolaborasi antara institusi pendidikan dan penyedia layanan keuangan dapat menjadi langkah strategis untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak di era digital.

Berdasarkan penelitian yang diperoleh, penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti perilaku konsumen dan alternatif untuk menghindari konsumsi berlebih. Hal ini penting karena perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat berdampak negatif terhadap kesehatan finansial individu dalam jangka panjang, terutama di era kemudahan transaksi digital seperti saat ini. Cakupan responden juga sebaiknya diperluas ke fakultas lain guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif, mengingat latar belakang akademik dapat mempengaruhi preferensi, perilaku konsumsi, dan tingkat pemahaman terhadap teknologi pembayaran digital.

Penelitian juga dapat mengadopsi pendekatan kualitatif atau campuran (*mixed methods*) guna menggali lebih dalam motivasi dan nilai-nilai di balik perilaku konsumtif berbasis QRIS, karena data kuantitatif saja seringkali tidak mampu menangkap nuansa psikologis dan sosiokultural yang melatarbelakangi perilaku tersebut. Selain itu, pemisahan konsumsi berdasarkan jenis pengeluaran, integrasi variabel kontrol seperti tingkat literasi keuangan dan pendapatan, maupun studi longitudinal dan perbandingan antar wilayah juga dapat menjadi arah pengembangan yang relevan, karena faktor-faktor tersebut berpotensi menjadi determinan penting dalam pola konsumsi berbasis teknologi pembayaran modern.

References

- Akhmal, A., & Lutviani, M. (2024). Model perilaku pengguna aplikasi QRIS dan hubungannya terhadap impulsive buying. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 1592–1606.
<https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1207>
- Ardiansyah, R., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). *Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Ihsan: Jurnal Pendidikan Islam, 1(1), 15–28.
<https://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/view/57/30>

- Bank Indonesia. (2024). *Tingkat keyakinan masyarakat (TKM) - November 2024*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/TKM-November-2024.aspx>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. *Management Information Systems Research Center, University of Minnesota*.
- Durman, I. G., & Wafa, Z. (2024). Pengaruh penggunaan dompet digital, m-banking, dan kartu pembayaran elektronik terhadap kemudahan transaksi bagi mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(4), 774–784. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i4.art27>
- Edyliana Putri, N., & Rizaldi, A. (2021). Perkembangan Koperasi Di Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0 di Era Globalisasi. *TRANSEKONOMIKA: AKUNTANSI, BISNIS DAN KEUANGAN*, 1(6), 528-535. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i6.85>
- Engel, J. F., Kollat, D. T., & Blackwell, R. D. (1968). *Consumer behavior*. New York: Rinehart and Winston Marketing Series.
- Frialyani, S. Z., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan mobile banking dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 4724–4731. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2680>
- Monica, O., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan lifestyle terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>
- Nurhidayati, I. (2023). *Peran Quick Response Code Indonesian Standard terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pengguna e-wallet di Rumah Laundry Kediri)* [Skripsi Sarjana, IAIN Kediri].
- Putri, J. A., & Rokamah, R. (2024). The impact of the Technology Acceptance Model on interest in using QRIS for FEBI students at IAIN Ponorogo. *Velocity: Journal of Sharia Finance and Banking*, 4(1), 13–28. <https://doi.org/10.28918/velocity.v4i1.7335>
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan e-banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425–444. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i1.10242>
- Rumbik, F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak perilaku konsumtif Generasi Z dalam penggunaan digital payment dan literasi keuangan berdasarkan mental accounting: Sebuah studi fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/article/view/29459>

- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment sebagai alat pembayaran terhadap perilaku konsumtif individu dengan digital savvy sebagai variabel moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6). <https://journal.laaroiba.com/index.php/alkharaj/article/view/3694/2656>
- Tahitu, A., & Wattimena, D. (2023). Pengaruh media online Tribun Ambon terhadap informasi cepat kepada publik. *Jurnal Badati*, 5(2), 78–93. <https://ojs.ukim.ac.id/index.php/badati/article/view/1120>
SINTA+6ojs.ukim.ac.id+6ojs.ukim.ac.id+6
- Zaharani, Q. P. (2023). Technology acceptance model (TAM) dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Studi empiris pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia). Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. <http://dspace.uui.ac.id/123456789/43988>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

