

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Digitalisasi telah membawa perubahan pada penggunaan internet, media sosial, aplikasi seluler, dan teknologi komunikasi digital telah mengubah cara masyarakat berperilaku sebagai konsumen. Teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, dan konsumen kini memanfaatkannya untuk mencari informasi, berbelanja, dan berinteraksi dengan merek.¹ Di era digital, perilaku konsumen dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya mengalami perubahan. Konsumen kini lebih terhubung, terinformasi, personal, dan interaktif. Era digital telah membawa perubahan signifikan pada banyak aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumen.² Di era digital, konsumen memiliki akses informasi yang lebih mudah dan cepat serta pilihan produk dan layanan yang lebih banyak, apalagi kehadiran *marketplace* juga memudahkan transaksi jual beli *online*. Pasar ini membantu pembeli menemukan apa yang mereka cari pada *marketplace*. Tersedia ragam harga untuk produk ini, mulai dari yang ekonomis hingga premium, serta kemudian memungkinkan mereka untuk memilih dan memutuskan kepada siapa mereka ingin membeli produk tersebut.³ Dengan

¹ Wayan Ardani, *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen*, Jurnal Tadbir Peradaban, Vol. 2, No. 1 (2022), 44.

² Suhroji Adha, *Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur*, Jipis, Vol. 31, No. 2 (2022), 145.

³ Anis Imelliana Dwi Nugraheni, *Perilaku Konsumen Pada Marketplace Dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hukum Islam Nusantara, Vol. 4, No. 2 (2021), 44.

membaca *review* produk, konsumen dapat mempertimbangkan apakah produk tersebut sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.⁴ Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya era digital membuat seseorang menjadi lebih konsumtif dan juga lebih boros tanpa memikirkan manfaat dari produk atau barang yang mereka beli.

Menurut Maulana, konsumtif adalah perilaku yang menimbulkan Keinginan kuat untuk memiliki barang-barang tertentu tidak demi mencapai rasa puas diri.⁵ Menurut Smartono, perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan menggunakan suatu produk yang belum jadi, yaitu memberikan hadiah atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakannya.⁶ Menurut Gumulya dan Widiastuti, sebagai mahasiswa kita tidak bisa melepaskan diri dari budaya konsumtif yang kini banyak terjadi di kalangan mahasiswa. Istilah konsumerisme sering digunakan untuk permasalahan berhubungan dengan aktivitas manusia yang berkaitan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku konsumen mencerminkan bagaimana seseorang memilih, membeli, dan menggunakan produk.⁷

Faktor penyebab perilaku konsumen juga disebabkan oleh ada dua faktor utama yang mendorong pembelian dan penggunaan barang/jasa, yaitu faktor

⁴ M. Soleh Mauludin et al., *Analisis Perilaku Konsumen Dalam Transaksi Di E-Commerce*, Proceedings of Islamic Economics, Business, and Philanthropy, Vol. 1, No. 1 (2022), 155.

⁵ A Noorah Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar)*, (Universitas Negeri Makassar, 2020) 3.

⁶ Melinda, Lisbeth Lesawengen, and Fonny J Waani, *Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado)*, Journal Ilmiah Society, Vol. 1, No. 1 (2021), 2.

⁷ Ibid, 3.

internal dan eksternal. Faktor internal berkaitan dengan motivasi individu. Sedangkan faktor eksternal meliputi gaya hidup, pengaruh iklan, kelompok referensi, model identifikasi diri, dan pengaruh keluarga.⁸ Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor penyebab terjadinya perilaku konsumtif adalah seseorang yang konsumtif sering kali tidak dapat mengendalikan keinginan mereka untuk tidak tergiur akan keinginan belanja, dan tidak terkontrolnya akan menimbulkan membeli barang yang tidak bermanfaat karena melihat barang tersebut. Menurut penelitian sebelumnya, yang menyebabkan perilaku konsumtif adalah alat pembayaran, karena alat pembayaran digital lebih efisien karena jarang ada biaya admin, dan biayanya pun lebih murah dibandingkan dengan pergi ke gerai untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini menghemat waktu dan biaya pengguna.⁹ Rajan dan Saranya, *digital banking* adalah istilah umum untuk layanan dan produk perbankan yang dapat diakses melalui berbagai saluran elektronik, seperti ATM, telepon, *internet*, dan telepon seluler, dengan cara yang lebih mudah dan terkini.¹⁰ Kemudahan penggunaan *digital banking*, dengan adanya alat pembayaran digital memudahkan untuk melakukan berbagai transaksi *online*, pembayaran, tagihan, kecuali dengan pengambilan uang secara tunai (*cash*). Menurut observasi awal kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri telah ditemukan, pengguna BSI 82 mahasiswa, Bank Muamalat 3 mahasiswa, Bank Jatim Syariah 3 mahasiswa,

⁸ Mujahidah, *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makasar)*, 4.

⁹ Jefry Tarantang et al., *Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia*, Jurnal Al-Qardh, Vol. 4, No. 1, (2019), 68.

¹⁰ Roberto Akyuwen, *Lebih Mengenal Digital Banking (Manfaat, Peluang, Dan Tantangan)*, 1st ed. (Yogyakarta: Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Anggota, 2020), 19.

BCA Syariah 12 mahasiswa, BRI 41 mahasiswa, BNI 3 mahasiswa, BCA 10 mahasiswa, Bank Jatim 3 mahasiswa, Bank Mandiri 3 mahasiswa. Menunjukkan bahwa responden terbanyak untuk penggunaan bank Syariah adalah mahasiswa banyak menggunakan BSI.

Menurut Suryani perbankan menghadirkan *mobile banking*, layanan inovatif dengan fitur menarik dan keamanan terjamin, untuk memudahkan nasabah dalam mengelola keuangan mereka. Kemudahan BSI *Mobile* adalah untuk memberikan layanan kemudahan efisiensi 24 jam dan jangkauan pelayanan lebih *inklusif*. *Mobile Banking* menyediakan akses mudah untuk berbagai informasi penting, seperti saldo rekening, mutasi transaksi, tagihan kartu kredit, dan lokasi ATM dan cabang terdekat, dan layanan transaksi seperti transfer (ke sesama BSI dan ke bank lain), pembayaran tagihan (PLN, pulsa, telepon, internet, BPJS, dll), pembelian (voucher HP, paket data, *e-money*, dll), tarik tunai tanpa kartu dan berbagi zakat.¹¹ Observasi yang dilakukan oleh peneliti saat ini salah satunya berada di wilayah Kediri Jawa Timur, berikut ini merupakan observasi awal peneliti pada penggunaan *Mobile Banking*.

Table 1.1
Data Mahasiswa IAIN Kediri Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Angkatan Tahun	Jumlah
1	2017	1
2	2018	1
3	2019	20
4	2020	113
5	2021	46
6	2022	19
7	2023	9

¹¹ Sevy Surya Putri Suwandi and Moh. Rois Abin, *Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Society 5.0*, *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, Vol. 16, No. 2 (2023), 240.

Total	209
--------------	------------

Sumber: Hasil Kuisisioner (data diolah, 2023)

Berdasarkan pada table 1.1 tersebut sehingga diperoleh hasil bahwa, observasi awal yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa pengguna rekening pada mahasiswa Angkatan tahun 2020 banyak diminati. Oleh sebab itu, peneliti melakukan observasi terhadap mahasiswa Angkatan 2020.

Table 1.2
Data Mahasiswa IAIN Kediri Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah
1	Fakultas Ushuluddin dan Dakwah	19
2	Fakultas Tarbiyah	17
3	Fakultas Syariah	13
4	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	160
Total		209

Sumber: Hasil Kuisisioner (data diolah, 2023)

Berdasarkan pada table 1.2 tersebut diketahui bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam lebih banyak mempunyai rekening dari pada fakultas lain dengan jumlah responden yang kurang dari 20 mahasiswa yang mempunyai rekening, jika dilihat dari persentasenya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat, sehingga peneliti melakukan observasi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri.

Table 1.3
Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri Angkatan 2020 Berdasarkan Jenis Bank

No	Jenis Bank	Jumlah
Bank Syariah		
1	BSI	82
2	BCA Syariah	12
3	Bank Muamalat	3
4	Bank Jatim Syariah	3
Bank Konvensional		

1	BRI	41
2	BNI	3
3	BCA	10
4	Bank Mandiri	3
5	Bank Jatim	3
Total		160

Sumber: Hasil Kuisisioner (data diolah, 2023)

Berdasarkan pada table 1.3 tersebut diketahui bahwa responden yang menggunakan rekening BSI sebanyak 82 mahasiswa. Penggunaan rekening tersebut dapat dipengaruhi dengan adanya layanan, kemudahan atau pada kepercayaan nasabah.

Tabel 1.4
Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Kediri Angkatan 2020 Berdasarkan Aktivitas Penggunaan BSI Mobile

No	Aktivitas <i>Mobile Banking</i>	Jumlah
1	Jarang (kurang dari 5 kali)	27
2	Kadang-kadang (5-10 kali)	24
3	Sering (lebih dari 10 kali)	31
Total		82

Sumber: Hasil Kuisisioner (data diolah, 2023)

Berdasarkan pada table 1.7 tersebut diketahui bahwa mahasiswa kurang dari 5 kali transaksi dalam satu bulan, terlihat dari jumlah responden yang ada 27 responden pada pilihan itu, 24 responden memilih kurang dari 5-10 kali transaksi dalam satu bulan, 31 responden memilih dengan lebih dari 10 kali transaksi dalam satu bulan. Data ini menunjukkan bahwa aktivitas penggunaan pada BSI *Mobile* lebih banyak diminati yakni lebih dari 10 kali transaksi dalam satu bulan, dimana BSI *Mobile* dapat memudahkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi online, baik untuk pembayaran maupun transfer secara online. Davis mendefinisikan kemudahan penggunaan sebagai keyakinan seseorang bahwa sistem tertentu mudah dipelajari dan digunakan, sehingga tidak memerlukan banyak usaha.

Peneliti mengambil mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri angkatan 2020, karena pada penelitian awal yang mana mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menjadi urutan nomor 1 teratas dengan jumlah 160 responden, sedangkan untuk tahun angkatan 2020 juga menjadi urutan nomor 1 teratas dengan jumlah 113 responden, dimana sudah tertera pada table 1.1 dan 1.2 dengan BSI menjadi urutan nomor 1 dari atas untuk golongan bank Syariah. Keunikan dari penelitian ini karena, IAIN Kediri (khususnya FEBI) sudah, melakukan Kerjasama dengan BSI. Maka penulis melakukan penelitian di IAIN Kediri (khususnya FEBI) untuk mengetahui seberapa konsumtif akan *lifestyle* dan kemudahan yang ada pada BSI *Mobile*, mahasiswa FEBI Angkatan 2020 melakukan transaksi di BSI *Mobile*. Penggunaan BSI *Mobile* menjadi pelopor utama dalam Bank Syariah di Indonesia. Khususnya di area Kediri juga BSI lebih menonjol di area FEBI IAIN Kediri.

Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai *lifestye* dan kemudahan penggunaan BSI *mobile* dari sudut pandang perilaku konsumen guna mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Lifestyle* dan Kemudahan Penggunaan BSI *Mobile* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020?
2. Adakah pengaruh kemudahan penggunaan BSI *Mobile* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020?
3. Adakah pengaruh *lifestyle* dan kemudahan penggunaan BSI *Mobile* secara keseluruhan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada uraian fokus penelitian di atas, maka tujuan dilakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *Mobile Banking* perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* dan kemudahan penggunaan BSI *Mobile* secara keseluruhan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara Teoritis

Hasil dari kajian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan memperluas wawasan ilmu pengetahuan khususnya pada perbankan syariah, tentang pengaruh *lifestyle* dan kemudahan penggunaan BSI *Mobile* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini, dapat diharapkan untuk dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

b. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri

Peneliti mengharapkan untuk dapat menambah ilmu pengetahuan dan juga dijadikan sebagai kontribusi pada karya ilmiah. Khususnya pada Perbankan Syariah terkait pengaruh *lifestyle* dan kemudahan penggunaan BSI *Mobile* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kediri Angkatan 2020.

c. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengasah kemampuannya dalam melakukan penelitian ilmiah dan memperkaya wawasan, pengetahuan, serta pengalamannya di bidang keuangan syariah.

E. Penelitian Terdahulu

Mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya, untuk memberikan latar belakang penelitian yang akan dipaparkan dalam penelitian ini, dan di antaranya hasil penelitian yang dimaksud adalah:

Analisis Layanan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) dalam Meningkatkan Jumlah Transaksi Transfer Perspektif Manajemen Syariah (Studi kasus Bank Muamalat KCP Mojokerto) oleh Nurul Masruroh (2023), mahasiswi IAIN Kediri.¹² Wawancara pimpinan, CS (*customer service*), serta nasabah mengungkapkan bahwa layanan Muamalat DIN mendorong peningkatan transaksi nasabah. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap hal ini antara lain kemudahan penggunaan, *efisiensi* waktu, kemudahan bagi pengguna, dan keamanan layanan Muamalat DIN. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu variabel (X) dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel (Y), Penelitian terdahulu memakai pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya berada di Bank Muamalat Mojokerto.

Peran Digital Islamic Network (DIN) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Tulungagung) oleh

¹² Nurul Masruroh, *Analisis Layanan Muamalat DIN (Digital Islamic Network) dalam Meningkatkan Jumlah Transaksi Transfer Perspektif Manajemen Syariah (Studi Kasus Bank Muamalat KCP Mojokerto)* (IAIN Kediri, 2023).

Ekalaka Febian Cahyaningtyas (2022), mahasiwi IAIN Kediri.¹³ Penelitian ini Keunggulan Muamalat *Digital Islamic Network* (DIN) dibuktikan dengan berbagai manfaatnya bagi nasabah, meningkatkan efisiensi waktu, memberikan jaminan keamanan, dan meningkatkan kepuasan layanan. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu variabel (X) dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel (Y), Penelitian terdahulu memakai pendekatan kualitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya berada di Bank Muamalat KCP Tulungagung.

Pengaruh Kemudahan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta oleh Lailatu Syifa (2019), mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.¹⁴ Karena Thitung lebih besar dari Ttabel, Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat hubungan antara kemudahan penggunaan *Mobile Banking* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu variabel (X) dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel kemudahan penggunaan *Mobile Banking*, dan pada variabel (Y) menggunakan variabel perilaku konsumtis, menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya.

¹³ Ekalaka Febian Cahyaningtyas, *Peran Digital Islamic Network (DIN) Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kcp Tulungagung)*, (IAIN Kediri, 2022).

¹⁴ Lailatu Syifa, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah (2019).

Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Madiun oleh Nadia Permata Yoni (2020), mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.¹⁵ Seluruh variabel independen (risiko, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan) pengaruh tersebut terbukti secara statistik dengan nilai signifikansi sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu variabel (X) dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel kemudahan penggunaan *Mobile Banking*, pada penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan peneliti, namun terdapat perbedaan pada variabel (Y) dan pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya berada di BNI Syariah Cabang Kota Madiun.

Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo) oleh Wahyu Jalil Saputro (2020), mahasiswa IAIN Ponorogo.¹⁶ Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kemudahan tidak secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah, keamanan terbukti meningkatkannya. Secara keseluruhan, kombinasi kemudahan dan keamanan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan

¹⁵ Nadia Permata Yoni, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BNI Syariah Kantor Cabang Kota Madiun (Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, n.d.)*.

¹⁶ Wahyu Jalil Saputro, *Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo)*, (IAIN Ponorogo, 2020).

penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini hanya menggunakan variabel penggunaan *Mobile Banking*, dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian, namun terdapat perbedaan pada variabel (X) dan pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya berada di BRI Syariah KCP Ponorogo.

Pengaruh Economic Literacy, Penggunaan Uang Elektronik, dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia oleh Tanti Rahmawati, Siti Nurjanah, Rd.Tuty Sariwulan (2023), *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*.¹⁷ Semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, semakin rendah perilaku konsumtifnya. Berpengaruh pengaruh negatif dan signifikan sebesar 15,9%. Penggunaan uang elektronik meningkatkan perilaku konsumtif. Berpengaruh pengaruh positif dan signifikan sebesar 21,6%. Gaya hidup memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku konsumtif. Berpengaruh pengaruh positif dan signifikan sebesar 45%. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini menggunakan variabel *lifestyle* (X) dan perilaku konsumtif (Y), dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian, namun terdapat perbedaan pada variabel (X1 dan X2).

Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang oleh Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, Peny

¹⁷ Tanti Rahmawati, Siti Nurjanah, and Rd. Tuty Sariwulan, *Pengaruh Economic Literacy, Penggunaan Uang Elektronik, Dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Indonesia (Kasus Anggota Kelompok Berburusale Pada Telegram)*, *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*. Vol. 3, No. 1, (2023).

Cahaya Azwari (2023), *Adl Islamic Economic*.¹⁸ Penelitian ini menguji pengaruh persepsi pengetahuan, gaya hidup, dan kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan (simultan) terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini menggunakan variabel *lifestyle* (X), kemudahan penggunaan *mobile banking* (X) dan perilaku konsumtif (Y), dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian, namun terdapat perbedaan pada variabel (X1). Dan pada tempat yang digunakan pada penelitian sebelumnya berada di UIN Raden Fatah Palembang.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z oleh Siti Zakiyyah Frialyani, Dedi Mulyadi, Santi Pertiwi Hari Sandi (2023), *Management Studies and Entrepreneurship Journal*.¹⁹ 1) Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berdampak positif terhadap perilaku konsumtif. Berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. 2) Gaya hidup juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Berpengaruh positif dan signifikan secara parsial. 3) Secara bersamaan, kemudahan penggunaan dan gaya hidup memiliki

¹⁸ Angel Villania Putri, Nola Jaya Sasi Kirana, and Peny Cahaya Azwari, *Pengaruh Efektivitas Pengetahuan, Gaya Hidup, Dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang*, *Adl Islamic Economic : Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. Vol. 4, No. 1, (2023).

¹⁹ Siti Zakiyyah Frialyani, Dedi Mulyadi, and Santi Pertiwi Hari Sandi, *The Effect Of Ease Of Use Of Mobile Banking And Lifestyle On Consumptive Behavior In Generation Z*, *Management Studies and Entrepreneurship Journal*. Vol. 4, No. 5 (2023).

pengaruh yang lebih kuat terhadap perilaku konsumtif. Berpengaruh positif dan signifikan secara simultan. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini menggunakan variabel *lifestyle/gaya hidup* (X1), kemudahan penggunaan *mobile banking* (X2) dan perilaku konsumtif (Y), dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY oleh Safira Rahma Rucita, Diah Setyawati Dewanti (2023), *Environmental Economics and Sustainability*.²⁰ Kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. dengan nilai koefisien: 0,121. 2) Harga produk juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. dengan nilai koefisien: 0,114. 3) Gaya hidup memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien: 0,319. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini menggunakan variabel *lifestyle/gaya hidup* (X1), kemudahan penggunaan *mobile banking* (X2) dan perilaku konsumtif (Y), dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif oleh Nikmatul Afifah, Deny Yudiantoro, (2022), Yume:

²⁰ Safira Rahma Rucita and Diah Setyawati Dewanti, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY*, *Environmental Economics and Sustainability*. Vol. 1, No. 1 (2023).

Journal of Management.²¹ Penelitian ini melibatkan 1.112 mahasiswa, dengan 95 di antaranya sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan uang elektronik tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pada penelitian sebelumnya memiliki persamaan dengan penelitian yang sekarang diantaranya yaitu dimana peneliti saat ini menggunakan variabel *lifestyle*/gaya hidup (X) dan perilaku konsumtif (Y), dengan penelitian ini menggunakan metode penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya.

²¹ Nikmatul Afifah and Deny Yudiantoro, *Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif*. Yume : Journal of Management, Vol. 5, No. 2, (2022).