

BAB V

PEMBAHASAN

B. Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden, diperoleh temuan bahwa dari total 90 mahasiswa yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner, sebanyak 47,19% menunjukkan kecenderungan gaya hidup yang lebih tertarik dalam mengikuti perkembangan tren. Mahasiswa yang dimaksud merupakan mahasiswa IAIN Kediri dari Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

Hasil ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki perhatian yang tinggi terhadap tren yang berkembang di lingkungan mereka. Tren yang diikuti oleh mahasiswa cenderung sesuai dengan minat serta preferensi individu masing-masing, yang menunjukkan bahwa gaya hidup mereka dipengaruhi oleh faktor personal, lingkungan sosial, serta akses terhadap informasi mengenai tren terkini.

Temuan ini juga mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak hanya sekadar mengikuti tren secara umum, tetapi lebih selektif dalam memilih tren yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Hal ini bisa mencerminkan pola konsumsi, kebiasaan dalam berbelanja, pilihan dalam beraktivitas, serta penggunaan media sosial dalam mengikuti perkembangan zaman.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat yang menyatakan bahwa gaya hidup generasi saat ini cenderung lebih mengutamakan merek dibandingkan kebutuhan utama. Perkembangan e-commerce berkontribusi terhadap pola konsumsi yang

cenderung boros di kalangan generasi ini. Promosi yang masif di media sosial, seperti penawaran diskon dan promo, menjadi faktor yang turut mendorong perilaku konsumtif. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Graha Nurdian, pada tahun 2020 tercatat bahwa 88% masyarakat berusia 16-64 tahun melakukan pembelian produk secara online.¹

Budaya westernisasi dan K-pop berpengaruh dalam membentuk gaya hidup generasi milenial. Westernisasi mendorong adopsi pola hidup ala Barat, seperti konsumsi minuman keras dan kunjungan ke klub malam, yang bertentangan dengan norma sosial di Indonesia. Jika di negara Barat minuman keras dikonsumsi untuk menghangatkan tubuh, di Indonesia generasi milenial menggunakannya sebagai simbol status dan tren. Selain itu, budaya K-pop juga memengaruhi gaya berpakaian generasi milenial, seperti penggunaan rok pendek, celana pendek, dan pakaian terbuka, yang tidak selalu sesuai dengan norma sosial masyarakat Indonesia. Tren ini semakin kuat karena pengaruh influencer yang mempromosikan gaya hidup tersebut melalui media sosial. Akibatnya, banyak generasi muda yang mengadopsi budaya asing tanpa mempertimbangkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai lokal.²

Kata "tren" sudah tidak asing lagi bagi banyak orang, terutama mereka yang berkecimpung di dunia mode. Namun, tren tidak hanya terbatas pada dunia fashion, melainkan dapat muncul dalam berbagai aspek kehidupan. Setiap individu berpotensi menjadi trendsetter atau bahkan menciptakan tren baru. Tren sendiri merujuk pada sesuatu yang menjadi pusat perhatian dan banyak diikuti oleh orang lain. Proses terbentuknya tren diawali dengan adanya ide kreatif dan inovatif dari

¹ J. C. Kristinova, "Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial," *Jurnal Analisa Sosiologi* 11, no. 2 (2022): 356.

² J. C. Kristinova, "Tindakan Imitasi Gaya Hidup Pemengaruh pada Generasi Milenial, 356.

individu atau kelompok. Ide tersebut harus benar-benar baru dan bukan sekadar meniru sesuatu yang sudah ada sebelumnya, sehingga dapat menarik perhatian dan diadopsi oleh masyarakat luas.³

Tren merupakan suatu konsep yang mencerminkan pergerakan, perubahan, serta arah kecenderungan dalam perkembangan manusia. Tren mencakup berbagai aspek, terutama dalam gaya dan selera, di mana preferensi masyarakat terus berkembang seiring waktu. Seiring dengan kemajuan teknologi, terutama dalam bidang pertukaran informasi dan komunikasi yang berlangsung secara virtual, terjadi pergerakan disruptif yang signifikan. Hal ini menyebabkan tren berkembang dengan lebih cepat dibandingkan sebelumnya. Perkembangan teknologi yang berperan dalam percepatan tren ini terutama didorong oleh keberadaan media sosial, yang memungkinkan informasi dan tren menyebar secara luas dalam waktu singkat.⁴

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hampir setengah dari mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kediri Angkatan 2021 memiliki kecenderungan gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren yang berkembang di lingkungan mereka. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa tren merupakan suatu konsep yang mencerminkan pergerakan, perubahan, serta arah kecenderungan dalam perkembangan manusia. Dalam konteks ini, mahasiswa tidak hanya mengikuti tren secara umum, tetapi juga cenderung memilih tren yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.

³ N. A. Nadiyah dan A. M. Hamid, "Pengaruh Trend Fashion dan Pergaulan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif," *Jurnal Murid* 1, No. 1 (2024): 14.

⁴ R. Harminingtyas dan T. Susetyarsi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan Terhadap Pengguna E-Wallet Pada Masyarakat di Kota Semarang," *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)* 1, No. 3 (2023): 2.

Menurut teori yang dikemukakan dalam kajian sebelumnya, gaya hidup generasi saat ini lebih mengutamakan merek dibandingkan kebutuhan utama. Hal ini berkaitan erat dengan hasil penelitian yang menunjukkan bagaimana mahasiswa memilih tren berdasarkan minat dan akses informasi yang mereka miliki. Seiring dengan perkembangan e-commerce dan promosi masif di media sosial, pola konsumsi mahasiswa juga mengalami perubahan. Diskon, promo, serta strategi pemasaran digital menjadi faktor yang turut mendorong peningkatan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda.

Selain itu, pengaruh budaya asing seperti westernisasi dan K-pop juga turut membentuk pola konsumsi dan preferensi gaya hidup mahasiswa. Sebagaimana dijelaskan dalam teori yang telah dikemukakan, budaya ini memberikan dampak terhadap kebiasaan berpakaian, pilihan hiburan, serta pola interaksi sosial. Tren yang berkembang melalui media sosial dan didorong oleh figur publik atau influencer semakin mempercepat adopsi gaya hidup tertentu di kalangan mahasiswa.

Dalam perspektif sosial, tren tidak hanya terbatas pada mode, tetapi juga mencerminkan perubahan pola pikir dan perilaku konsumsi individu. Proses ini dipercepat oleh perkembangan teknologi, khususnya media sosial, yang memungkinkan tren menyebar dengan cepat dalam waktu singkat. Sesuai dengan teori mengenai tren dan gaya hidup, mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital cenderung terpengaruh oleh arus informasi yang beredar, sehingga pola konsumsi dan kebiasaan mereka semakin terdorong oleh tren yang viral di masyarakat.

Dengan demikian, temuan dalam penelitian ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa gaya hidup mahasiswa saat ini sangat dipengaruhi oleh faktor

eksternal, seperti tren global dan perkembangan media sosial, serta faktor internal, seperti preferensi individu dan kebutuhan personal. Keberadaan tren tidak hanya menjadi fenomena sesaat, tetapi juga membentuk pola konsumsi dan kebiasaan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

C. Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

Berdasarkan hasil temuan penelitian, seluruh responden menyatakan bahwa mereka melakukan transaksi atau menggunakan uang elektronik setiap hari. Hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam aktivitas keuangan mereka, baik untuk keperluan pribadi, akademik, maupun kebutuhan lainnya. Frekuensi penggunaan yang tinggi ini dapat mengindikasikan bahwa uang elektronik telah menjadi alat pembayaran yang dominan di kalangan responden karena kemudahannya dalam berbagai transaksi.

Selain itu, seluruh responden juga mengungkapkan bahwa penggunaan uang elektronik membantu mereka dalam mengelola pengeluaran secara lebih efektif. Dengan adanya sistem pencatatan otomatis yang dimiliki oleh berbagai platform uang elektronik, mereka merasa lebih mudah dalam memantau arus kas pribadi, membandingkan pengeluaran dari waktu ke waktu, serta menghindari pengeluaran yang tidak perlu. Kemudahan ini memungkinkan mereka untuk lebih disiplin dalam perencanaan keuangan dan alokasi dana sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Lebih lanjut, uang elektronik juga dinilai memberikan manfaat dalam mencatat dan mengontrol transaksi keuangan. Fitur seperti riwayat transaksi yang dapat diakses kapan saja memungkinkan responden untuk meninjau kembali setiap transaksi yang telah dilakukan. Hal ini sangat membantu dalam menjaga

transparansi keuangan pribadi dan memberikan kesadaran yang lebih besar terhadap pola konsumsi mereka. Dengan demikian, penggunaan uang elektronik tidak hanya mempermudah transaksi sehari-hari tetapi juga berperan sebagai alat yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur dan terencana.

Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Nur Afyah, faktor yang dapat memengaruhi seseorang didalam menggunakan uang elektronik diantaranya adalah karena adanya persepsi kemudahan, adanya kemanfaatan, promosi. Akan tetapi, ada beberapa faktor yang turun berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh Fred Davis, yakni terkait dengan teori TAM atau *Technology Acceptance Models*. Teori ini hadir untuk mengukur bagaimana sikap dan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap berperilaku dalam melakukan konsumsi seperti menerima atau menolak produk system, dan dapat membaginya kedalam dua faktor utama yakni kemudahan dan juga kemanfaatan.⁵

Digitalisasi telah membawa dampak besar di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Salah satu perubahan signifikan yang terjadi adalah dalam sistem pembayaran, di mana transaksi yang sebelumnya dilakukan secara tunai kini beralih ke metode pembayaran elektronik yang lebih praktis dan efisien.⁶

Berdasarkan temuan penelitian, seluruh responden menyatakan bahwa mereka menggunakan uang elektronik dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa uang elektronik telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan

⁵ Rida Nur Afyah, Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Skripsi Sarjana* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021), 28.

⁶ I. R. Triyanto, "Adopsi Penggunaan Uang Elektronik di Indonesia: Systematic Literature Review," dalam *Prosiding Seminar Sosial Politik, Bisnis, Akuntansi dan Teknik*, vol. 5 (Desember 2023): 337.

dalam kehidupan mereka, baik untuk kebutuhan pribadi, akademik, maupun lainnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Afiyah, yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi seseorang dalam menggunakan uang elektronik meliputi persepsi kemudahan, kemanfaatan, dan promosi. Dalam konteks ini, responden merasakan manfaat dari uang elektronik, terutama dalam hal kemudahan bertransaksi dan pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini juga mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Teori ini menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan dalam transaksi harian serta manfaat dalam pencatatan dan pengelolaan keuangan pribadi. Kemudahan akses terhadap riwayat transaksi juga membantu mereka dalam mengontrol pengeluaran, sehingga uang elektronik tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran tetapi juga sebagai instrumen yang mendukung perencanaan keuangan yang lebih terstruktur.

Selain itu, fenomena ini mencerminkan dampak dari digitalisasi yang semakin berkembang pesat di berbagai sektor, termasuk sistem pembayaran. Perubahan dari transaksi tunai ke metode pembayaran elektronik merupakan bagian dari tren global yang menuntut efisiensi dan kepraktisan dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa adopsi uang elektronik tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan praktis, tetapi juga oleh faktor psikologis dan perilaku konsumen dalam menerima teknologi baru.

D. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Pada Mahasiswa IAIN Kediri Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2021.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,615 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai ini diperoleh melalui analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. Dalam pengambilan keputusan pengujian hipotesis, metode yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi (α) yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,05. Prinsip dasar dalam pengujian ini yaitu, Jika nilai Sig. lebih kecil dari α (0,05), maka hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti bahwa variabel independen (Gaya Hidup) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Penggunaan Uang Elektronik). Sebaliknya, jika nilai Sig. lebih besar dari α (0,05), maka H_0 diterima, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Dalam penelitian ini, karena diperoleh nilai Sig. sebesar 0,001, yang jauh lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik. Selain itu, nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,451 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam variabel Gaya Hidup akan meningkatkan Keputusan Penggunaan Uang Elektronik sebesar 0,451 satuan. Dengan kata lain, semakin tinggi gaya hidup seseorang yang dapat mencerminkan pola konsumsi, kebiasaan dalam menggunakan teknologi, serta kecenderungan terhadap kemudahan transaksi digital maka semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk memilih

dan menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran dalam aktivitas sehari-hari.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Alfred Adler, seorang ahli psikologi, gaya hidup dapat diartikan sebagai serangkaian perilaku yang memiliki makna bagi individu maupun orang lain dalam konteks waktu dan tempat tertentu. Gaya hidup mencakup berbagai aspek, seperti interaksi sosial, pola konsumsi, hiburan, serta cara berpakaian. Perilaku yang tercermin dalam gaya hidup merupakan perpaduan antara kebiasaan, norma atau cara-cara yang telah disepakati dalam menjalankan suatu aktivitas, serta tindakan yang dilakukan secara terencana.⁷

Alfred Adler menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan serangkaian perilaku yang memiliki makna bagi individu dan orang lain dalam suatu konteks tertentu. Gaya hidup mencakup berbagai aspek seperti interaksi sosial, pola konsumsi, hiburan, serta cara berpakaian, yang terbentuk dari kebiasaan, norma sosial, serta tindakan yang dilakukan secara terencana. Dengan kata lain, gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang beradaptasi dengan lingkungannya serta mengambil keputusan dalam berbagai aspek kehidupannya, termasuk dalam hal pemanfaatan teknologi dan keuangan digital.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Semakin berkembang gaya hidup seseorang, terutama dalam aspek konsumsi, adaptasi terhadap teknologi, dan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin besar pula kecenderungan individu tersebut untuk memanfaatkan uang elektronik. Gaya hidup yang lebih

⁷ Doni Junni Priansa, *Prilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 185.

dinamis, modern, dan berbasis teknologi membuat seseorang lebih terbuka terhadap sistem pembayaran digital yang menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam transaksi keuangan sehari-hari.

Selain itu, penelitian ini juga mengindikasikan bahwa perubahan dalam pola konsumsi dan kebiasaan seseorang dapat memengaruhi preferensinya dalam memilih alat pembayaran. Individu yang terbiasa dengan gaya hidup yang praktis dan serba digital cenderung lebih cepat beradaptasi dengan penggunaan uang elektronik dibandingkan mereka yang masih bergantung pada metode pembayaran konvensional. Dengan demikian, penelitian ini sejalan dengan teori Alfred Adler yang menyatakan bahwa gaya hidup bukan hanya sekadar pola perilaku, tetapi juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penggunaan teknologi keuangan.

Keputusan merupakan hasil akhir dari proses berpikir dalam menyelesaikan suatu permasalahan atau dilema. Keputusan diambil untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan dalam mengatasi masalah dengan memilih salah satu alternatif yang tersedia. Pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan guna mengevaluasi beberapa pilihan perilaku dan menentukan salah satu yang paling sesuai. Proses pengambilan keputusan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*), (2) Pencarian Informasi (*Information Search*), (3) Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternative*), dan (4) Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*).⁸

⁸ Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B, Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS) pada mahasiswa, (*Ikraith-Ekonomika*, Vol 4, No 1, 2021), 4

Dari penelitian yang dilaksanakan oleh Nur Afyah, faktor yang dapat memengaruhi seseorang didalam menggunakan uang elektronik diantaranya adalah karena adanya persepsi kemudahan, adanya kemanfaatan, promosi⁹. Akan tetapi, ada beberapa faktor yang turun berdasarkan dari teori yang dikemukakan oleh Fred Davis, yakni terkait dengan teori TAM atau *Technology Acceptance Models*. Teori ini hadir untuk mengukur bagaimana sikap dan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap berperilaku dalam melakukan konsumsi seperti menerima atau menolak produk system, dan dapat membaginya kedalam dua faktor utama yakni kemudahan dan juga kemanfaatan.

Dari teori diatas maka dapat dipahami bahwa keputusan merupakan hasil akhir dari proses berpikir yang dilakukan individu dalam menyelesaikan suatu permasalahan atau dilema yang dihadapi. Dalam proses pengambilan keputusan, seseorang harus memilih tindakan yang dianggap paling tepat di antara berbagai alternatif yang tersedia. Dalam konteks perilaku konsumen, keputusan untuk menggunakan suatu produk atau layanan merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai pilihan yang tersedia. Proses ini melibatkan beberapa tahapan, mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan akhir dalam menentukan produk atau layanan yang akan digunakan.

Dalam penggunaan uang elektronik, berbagai faktor dapat memengaruhi keputusan seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Afyah menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti persepsi kemudahan, manfaat, serta promosi yang ditawarkan berperan dalam menentukan apakah seseorang akan menggunakan uang elektronik atau tidak. Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang

⁹ Rida Nur Afyah, Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, *Skripsi Sarjana* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2021), 28.

dikembangkan oleh Fred Davis juga menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh konsumen sangat dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu kemudahan dan kemanfaatan. Semakin mudah suatu sistem digunakan dan semakin besar manfaat yang diperoleh, maka semakin tinggi kemungkinan individu untuk mengadopsi teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan uang elektronik. Gaya hidup seseorang mencerminkan pola konsumsi, kebiasaan dalam menggunakan teknologi, serta kecenderungan terhadap kemudahan dan efisiensi dalam bertransaksi. Individu yang memiliki gaya hidup modern dan berbasis teknologi cenderung lebih cepat mengadopsi uang elektronik sebagai alat pembayaran dibandingkan mereka yang masih bergantung pada transaksi konvensional. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa selain faktor kemudahan dan kemanfaatan, gaya hidup juga menjadi faktor utama yang mendorong keputusan seseorang dalam menggunakan uang elektronik.