

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

SKRIPSI



Oleh :

Shandra Agusti Pamungkasari
21013010038/FE/EA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR
2025**

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Oleh :

Shandra Agusti Pamungkasari
21013010038/FE/EA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE SHOPEE DAN DIGITAL
PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA**

Disusun Oleh:

Shandra Agusti Pamungkasari
21013010038/FEB/EA

**telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi**

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada tanggal 17 Juni 2025

Pembimbing Utama

**Tim Penguji:
Ketua**

Dr. Hero Priono S.E., M.Si., Ak., C.A., CMA
NIP. 196110111992031001

Prof. Dr. Dra. Ec. Dwi Suhartini, M.Ak., CMA., CRP
NIP. 196812151994032001

Anggota

Oryza Tannar S.Ak., M.Acc., Akt.
NPT. 17119891213020

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran
Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Shandra Agusti Pamungkasari

NPM : 21013010038

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Fakultas Ekonomi & Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 17 Juni 2025

Yang membuat pernyataan



Shandra Agusti Pamungkasari
NPM. 21013010038

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Shopee dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada program S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Pada Kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan motivasi tanpa henti serta menjadi sumber semangat terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada bapak Dr. Hero Priono, S.E., M.Si., Ak., C.A., CMA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tuntasnya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

3. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CFrA., CBV., CMA. Selaku Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
4. Dr. Tantina Haryati, S.e., M.Aks. selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
5. Siemens Putra Ivanka, Eka Fitri Nurjannah, Fitri Erliya Wati, Dewita Putri, Anis Widia Sari, beserta orang-orang terdekat saya dan tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta dukungan selama penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Akuntansi Angkatan 2021 yang telah memberikan dukungan untuk saling bertukar informasi.
7. Eiichiro Oda, yang sudah menjadi pencipta seri One Piece dan menjadi penyemangat sekaligus penghilang penat ketika mengerjakan skripsi ini.
8. Shandra Agusti Pamungkasari, sebagai penulis dari skripsi ini yang sudah memberikan hasil yang terbaik dan tidak pernah merasa bahwa perjuangan ini sia-sia.

Surabaya, 15 Juni 2025

Penulis
Shandra Agusti Pamungkasari

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	17
2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	17
2.2.2 <i>E-Commerce</i>	19
2.2.2.1 Definisi <i>E-Commerce</i>	19
2.2.2.2 Jenis-Jenis <i>E-commerce</i>	21
2.2.2.3 Manfaat <i>E-commerce</i>	22
2.2.2.4 Indikator <i>E-commerce</i>	23
2.2.3 <i>Digital Payment</i>	24
2.2.3.1 Definisi <i>Digital Payment</i>	24
2.2.3.2 Manfaat <i>Digital Payment</i>	26
2.2.3.3 Jenis-Jenis <i>Digital Payment</i>	27
2.2.3.4 Indikator <i>Digital Payment</i>	28
2.2.4 Perilaku Konsumtif.....	30
2.2.4.1 Definisi Perilaku Konsumtif	30

2.2.4.2 Ciri-ciri Perilaku Konsumtif	30
2.2.4.3 Indikator Perilaku Konsumtif	32
2.3 Kerangka Berpikir & Pengembangan Hipotesis	33
2.3.1 Pengaruh penggunaan <i>e-commerce</i> shopee terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	33
2.3.2 Pengaruh penggunaan <i>digital payment</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa	35
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Objek Penelitian	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38
3.1.2 Objek Penelitian	38
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	39
3.2.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)	39
3.2.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)	41
3.2.3 Pengukuran Variabel	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1 Jenis Data	45
3.4.2 Sumber Data	45
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	46
3.5.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
3.5.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	49
3.5.3 Uji Hipotesis	51
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian	52
4.1.1 Deskripsi Subjek Penelitian	52
4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden	52

4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	53
Sumber: Data diolah peneliti, (2025)	53
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Sumber: Data diolah peneliti, (2025)	53
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.1.1 Penggunaan <i>E-Commerce</i> Shopee (X1).....	54
4.1.2 Penggunaan <i>Digital Payment</i> (X2)	57
4.1.3 Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	59
4.3 Analisis Data.....	62
4.3.1 Hasil <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran/ <i>Measurement Model</i>)	62
4.3.1.1 Uji Validitas	62
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	66
4.3.2 Hasil <i>Inner Model</i> (Model Struktural/ <i>Structural Model</i>)	67
4.3.2.1 Koefisien Determinasi (R^2).....	67
4.3.2.2 <i>Effect Size</i> (<i>f-square</i>).....	68
4.3.2.3 <i>Prediction Relevance</i> (<i>Q Square</i>)	69
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	69
4.4 Pembahasan	73
4.4.1 Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	73
4.4.2 Pengaruh Penggunaan <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	75
BAB V.....	79
KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Variabel E-Commerce.....	40
Tabel 3. 2 Indikator Variabel Digital Payment.....	40
Tabel 3. 3 Indikator Variabel Perilaku Konsumtif.....	41
Tabel 3. 4 Skor untuk Jawaban Responden dengan Kuesioner.....	42
Tabel 3. 5 Data Populasi Mahasiswa Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur Angkatan 2021-2022	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Responden Mengenai Penggunaan E-Commerce Shopee55	
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Responden Mengenai Digital Payment	58
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Responden Mengenai Perilaku Konsumtif Mahasiswa... 60	
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Outer Loading	63
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Cross Loading	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji f-square Effect Size.....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Q Square	69
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna e-commerce di Indonesia Periode 2020-2029.....	4
Gambar 1. 2 Pengguna e-commerce di Indonesia sepanjang tahun 2024.....	5
Gambar 1. 3 Data pengguna digital payment.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4. 1 Hasil Pengujian Outer Loading	62
Gambar 4. 2 Hasil Uji Bootstrapping.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	87
Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner	92
Lampiran 3. Output SmartPLS 4.0 Uji Outer Model (Model Pengukuran/Masurement Model).....	94
Lampiran 4. Output SmartPLS 4.0 Uji Inner Model (Model Struktural/Strutctural Model).....	97
Lampiran 5. Output SmartPLS 4.0 Uji Hipotesis (Bootstrapping)	98

PENGARUH PENGGUNAAN *E-COMMERCE* SHOPEE DAN *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA

Shandra Agusti Pamungkasari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji, dan membuktikan pengaruh penggunaan *e-commerce* shopee dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian adalah Mahasiswa Akuntansi UPN Veteran Jawa Timur angkatan 2021 dan 2022. Dari total mahasiswa sejumlah 713, sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sampel sebesar 88 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Data primer diperoleh melalui kuesioner dalam bentuk *Google Form*. Pengukuran variabel menggunakan skala *Likert*, dan analisis data dilakukan dengan metode PLS-SEM menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Hasil dari penelitian ini yaitu penggunaan *e-commerce* shopee berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan, *digital payment* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun arah pengaruhnya positif, penggunaan *digital payment* tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Kata kunci: *E-commerce* Shopee, *Digital Payment*, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa