

“Dampak Penggunaan Aplikasi BRImo Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam Edi Hariono Madani Riau (INSTITUT EHMRI)

REYNALDI,
IAI Edi Haryono Madani
reynaldi@gmail.com

MARABONA MUNTHER
Universitas Muhammadiyah Riau
marabona.munthe@umri.ac.id

ABSTRACT

This research aims to identify the influence of using the Brimo application on the consumer behavior of students at the EHMRI Islamic Institute (IAI). The Brimo application is a digital banking platform that provides various conveniences in financial transactions, such as fund transfers, payments and checking balances. This research uses quantitative methods with a survey design. The research sample consisted of 100 IAI EHMRI students who used the Brimo application. Data was collected through a questionnaire that measured the level of consumer behavior before and after using Brimo. Based on the output above, the tcount value is 16,060, while the ttable value is 1.668. This explains that tcount (16,060) > ttable (1.668) with sig 0.000 < sig 0.05 so it can be concluded that there is a significant influence of BRIMO on the Effect of using Brimo on the Consumptive Behavior of IAI Students. The results of this study indicate that the use of Brimo can provide maximum benefits if balanced with increased awareness and good financial management by students.

Keywords: Impact, BRImo, Behavior, consumption.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh penggunaan aplikasi Brimo terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Institut Agama Islam (IAI) EHMRI. Aplikasi Brimo adalah salah satu platform perbankan digital yang menyediakan berbagai kemudahan dalam transaksi keuangan, seperti transfer dana, pembayaran, dan pengecekan saldo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain survei. Sampel penelitian terdiri dari 100 mahasiswa IAI EHMRI yang menggunakan aplikasi Brimo. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur tingkat perilaku konsumtif sebelum dan sesudah penggunaan Brimo. Berdasarkan output diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 16.060, sedangkan untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebesar **1,668**. Hal ini menjelaskan bahwa t_{hitung} (16.060) > t_{tabel} (**1,668**) dengan sig 0,000 < sig 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan BRIMO terhadap Pengaruh penggunaan Brimo terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAI Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penggunaan Brimo dapat memberikan manfaat maksimal jika diimbangi dengan peningkatan kesadaran dan pengelolaan keuangan yang baik oleh mahasiswa.

Kata kunci: Dampak, BRImo, Perilaku, konsumtif

PENDAHULUAN

Menurut Handayani (2022) Direktur Bisnis Konsumer BRI hingga Juni 2022, jumlah pengguna **BRImo** telah mencapai 18,47 juta pengguna (user). Atau tumbuh 66,3 persen yoy yang menghasilkan transaksi finansial sebanyak Rp 726,4 juta atau tumbuh 136,6 persen, ungkapan dari Handayani dalam paparan kinerja perseroan.

Peningkatan penggunaan mobile banking diatas membuktikan bahwa banyak nasabah yang tertarik menggunakan mobile banking dengan fasilitas atau fitur-fitur yang mempermudah transaksi para nasabah karena dapat menghemat waktu. Berdasarkan hasil riset MARS Indonesia yang dimuat dalam “Studi Pasar & Perilaku Nasabah Mobile Banking 2008” ada 3 alasan utama mengapa nasabah bank membutuhkan layanan mobile banking, yaitu; (1) praktis karena tidak perlu ke bank, (2) transaksi menjadi lebih cepat (32,7%), dan (3) mempermudah untuk cek saldo melalui HP (17,8%).

Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan pada tanggal 5 maret 2023 di Institut Agama Islam EHMRI terhadap 12 responden yaitu mahasiswa Jurusan Perbankan kelas A1-20 yang menggunakan BRImo, mengatakan bahwa alasan menggunakan BRI mobile banking yaitu karena penggunaannya yang gampang/tidak ribet, sudah banyak aplikasi online shop yang menggunakan metode pembayaran menggunakan BRIMO, waktu yang lebih efisien karena kita tidak perlu datang ke ATM/Bank untuk melakukan transfer/pembayaran, mengecek saldo rekening dan berbagai transaksi lainnya. Beberapa narasumber menjelaskan bahwa terdapat perubahan pengeluaran sebelum dan setelah menggunakan BRIMO. Perubahan tersebut dapat dilihat dari kebiasaan narasumber yang lebih sering melakukan belanja online, dan saya juga salah satu orang yang merasakan perubahan pengeluaran setelah mengenal mobile banking tersebut.

Menurut pengalaman saya ada beberapa hal yang membuat pengeluaran seorang itu menjadi lebih boros yaitu, saat menggunakan aplikasi online shop seperti SHOPE, LAZADA dan lainnya. karena pada saat seseorang membuka aplikasi online shop biasanya di tampilan halaman muka banyak menawarkan produk- produk yang lagi hits atau lagi populer, di tambah lagi dengan program promo dan gratis ongkir, jelas orang yang melihatnya akan tertarik untuk membeli barang tersebut, padahal barang tersebut tidaklah terlalu penting, Kemudian faktor pendukung lainnya adalah dari kemudahan bertransaksi di aplikasi BRImo tersebut, karena aplikasi tersebut sudah banyak melakukan kerja sama dengan aplikasi online shop yang beredar di indonesia sebagai metode pembayaran secara *cash* maupun *kredit*, di metode pembayaran tersebutlah seseorang dengan mudah untuk melakukan pembayaran belanja di online shop, karena hanya menggunakan HP dan saldo BRI yang cukup, seseorang bisa dengan mudah membayar barang belanjanya. Semakin mudah seseorang mendapatkan sesuatu, maka semakin sering pula orang tersebut melakukannya.

Berdasarkan uraian di atas maka Penulis mencoba melakukan penelitian dengan judul *“Dampak Penggunaan Aplikasi BRImo Terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Agama Islam (IAI) Edi Hariono Madani Riau (EHMRI)”*

LITERATUR RIVEW

Pengertian BRI Mobile

Menurut Siti (2022:78) Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, transfer, history, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan mobile banking pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. Mobile Banking adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui telepon seluler/handphone GSM (Global for Mobile Communication) dengan menggunakan

SMS (Short Message Service). Pedapat lainnya, Iqbal (2022:37) Mobile Banking adalah layanan perbankan melalui telepon seluler dengan menggunakan jaringan data yang digunakan oleh nasabah. Mobile banking merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun 16.

Menurut Rian (2019:223) Mobile banking merupakan salah satu hasil pengembangan teknologi mobile yang digunakan dalam domain komersial. Mobile banking ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama. Berkat Mobile banking, nasabah dapat menggunakannya untuk mendapatkan layanan 24 jam sehari tanpa harus mendatangi kantor cabang bank untuk transaksi personal. Mobile banking merupakan layanan relatif baru yang ditawarkan oleh perbankan terhadap pelanggannya dan karena kenyamanannya. Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau smartphone. Layanan mobile banking dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan SMS banking karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan SMS banking. Fitur-fitur layanan mobile banking antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, internet), pembelian pulsa, dan berbagai fitur lainnya. Menurut Hanif (2017:89) Untuk menggunakan mobile banking, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank. Nasabah dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan mobile banking melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan User-ID dan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan OTP saat menjalankan transaksi.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Bri Mobile Banking

Menurut Anggraeni (2018) Penggunaan BRI Mobile Banking dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencakup aspek teknologi, keamanan, kenyamanan, sosial, dan regulasi. Berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi penggunaan BRI Mobile Banking:

- a. Kemudahan Penggunaan: Seberapa mudah nasabah dapat menggunakan aplikasi BRI Mobile Banking merupakan faktor kunci. Antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, dan proses transaksi yang cepat dapat meningkatkan penggunaan.
- b. Keamanan Transaksi: Keamanan merupakan faktor kritis dalam penerimaan pengguna. Nasabah akan lebih cenderung menggunakan BRI Mobile Banking jika mereka yakin bahwa transaksi mereka aman dan dilindungi dari ancaman keamanan.
- c. Ketersediaan Fitur: Ketersediaan fitur yang lengkap, seperti transfer antar rekening, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan layanan informasi, dapat meningkatkan daya tarik BRI Mobile Banking bagi nasabah.
- d. Kualitas Jaringan: Kualitas jaringan internet atau sinyal seluler sangat mempengaruhi pengalaman pengguna. Jika nasabah mengalami kesulitan terkait koneksi, mereka mungkin menjadi kurang tertarik untuk menggunakan layanan

mobile banking.

- e. Pendidikan Pengguna: Tingkat pemahaman dan pendidikan nasabah tentang cara menggunakan BRI Mobile Banking dapat mempengaruhi tingkat adopsi. Kampanye edukasi dan pelatihan dapat membantu meningkatkan pemahaman mereka.
- f. Kepercayaan Terhadap Teknologi: Tingkat kepercayaan nasabah terhadap teknologi dan keamanannya dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan BRI Mobile Banking. Pengguna yang percaya pada keamanan dan kehandalan teknologi cenderung lebih aktif dalam menggunakan layanan ini.
- g. Pengalaman Pengguna Positif: Pengalaman positif dalam penggunaan BRI Mobile Banking, seperti transaksi yang sukses dan pelayanan pelanggan yang baik, dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong penggunaan berkelanjutan.
- h. Pengaruh Sosial: Faktor sosial, seperti rekomendasi dari teman, keluarga, atau orang terdekat, dapat memengaruhi keputusan pengguna untuk menggunakan BRI Mobile Banking. Pengaruh sosial bisa menjadi dorongan positif atau negatif.
- i. Regulasi dan Kebijakan: Kebijakan dan regulasi terkait keamanan dan privasi data perbankan online juga dapat memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan BRI Mobile Banking. Kepatuhan terhadap regulasi meningkatkan kepercayaan nasabah.
- j. Tingkat Inovasi Teknologi: Keberhasilan dan penerimaan BRI Mobile Banking juga dapat dipengaruhi oleh tingkat inovasi dan perkembangan teknologi yang terkait. Perkembangan fitur baru dan teknologi yang lebih canggih dapat meningkatkan minat pengguna.
- k. Memahami faktor-faktor ini dapat membantu bank dan penyedia layanan untuk meningkatkan strategi pemasaran, keamanan, dan pengalaman pengguna guna meningkatkan adopsi BRI Mobile Banking.

Indikator

Menurut Herindar, E. (2022) Indikator penilaian penggunaan BRI Mobile Banking dapat mencakup sejumlah kriteria yang mencerminkan pengalaman dan kepuasan pengguna. Berikut adalah beberapa indikator penilaian yang umumnya digunakan:

- a. Kemudahan Penggunaan: Evaluasi sejauh mana pengguna dapat dengan mudah memahami dan menggunakan fitur-fitur BRI Mobile Banking tanpa kesulitan, termasuk proses pendaftaran dan login.
- b. Keamanan Transaksi: Penilaian tingkat keamanan transaksi dan perlindungan data pribadi nasabah saat menggunakan layanan, mencakup metode otentikasi dan enkripsi yang digunakan.
- c. Fungsionalitas dan Fitur: Pengukuran ketersediaan dan kegunaan fitur utama seperti transfer antar rekening, pembayaran tagihan, serta informasi rekening, yang dapat memberikan nilai tambah bagi pengguna.
- d. Pengalaman Pengguna Keseluruhan: Pengukuran tingkat kepuasan secara umum dari pengguna BRI Mobile Banking, termasuk sejauh mana mereka merasa puas dengan antarmuka, respons aplikasi, dan fitur yang disediakan.
- e. Dukungan Pelanggan: Evaluasi ketersediaan dan kualitas layanan dukungan pelanggan yang melibatkan respon terhadap pertanyaan atau masalah pengguna, serta sejauh mana akses bantuan teknis dapat diperoleh dengan mudah.
- f. Poin-poin ini mencakup aspek-aspek kunci dalam penilaian penggunaan BRI Mobile Banking, menjadikannya lebih sederhana namun tetap memberikan gambaran yang komprehensif tentang pengalaman pengguna.

Aspek Perilaku konsumtif

Menurut Sazali (2021:67) Aspek Perilaku konsumtif pada mahasiswa merujuk pada kecenderungan atau pola tingkah laku mahasiswa dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa. Perilaku konsumtif mencakup keputusan-keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa, baik dalam hal kebutuhan sehari-hari maupun hal-hal yang bersifat lebih luks. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa melibatkan aspek-aspek berikut: Menurut Sumartono (dalam Ghifari, 2023) terdapat 3 macam perilaku konsumtif yaitu:

- a. Impulsif Buying (Pembelian secara impulsif): Remaja cenderung membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan dan perencanaan yang matang. Keputusan pembelian diambil secara spontan tanpa memikirkan konsekuensi atau kebutuhan jangka panjang.
- b. Pembelian Tidak Rasional: Perilaku konsumtif remaja dapat dipengaruhi oleh emosi, di mana mereka mungkin membeli sesuatu untuk mengikuti tren atau untuk membedakan diri dari orang lain. Keputusan pembelian tidak didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan oleh dorongan emosional dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial.
- c. Wasteful Buying (Pemborosan): Remaja cenderung mengutamakan keinginan daripada kebutuhan pokok, yang menyebabkan pengeluaran uang untuk barang atau layanan yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini mencerminkan perilaku boros dan kurangnya kesadaran akan nilai uang serta kebutuhan esensial.

Secara keseluruhan, perilaku konsumtif remaja cenderung didorong oleh keinginan sesaat, pengaruh emosional, dan kurangnya pertimbangan terhadap kebutuhan yang sebenarnya. Hal ini dapat berdampak pada aspek keuangan dan tanggung jawab konsumen di masa depan.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Menurut nurjannah (2019), Perilaku konsumtif pada mahasiswa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, baik internal maupun eksternal. Berikut adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa:

- a. Pengaruh Teman dan Lingkungan Sosial: Mahasiswa cenderung dipengaruhi oleh teman-teman sebayanya dan lingkungan sosial di sekitar mereka. Tekanan dari teman untuk mengikuti tren atau gaya hidup tertentu dapat mendorong perilaku konsumtif.
- b. Menurut pulungan (2018) Pendapatan dan Kondisi Ekonomi: Tingkat pendapatan dan kondisi ekonomi mahasiswa dapat memengaruhi keputusan pembelian. Mahasiswa dengan pendapatan lebih tinggi mungkin cenderung melakukan pembelian yang lebih besar atau konsumtif dibandingkan dengan mereka yang memiliki pendapatan lebih rendah.
- c. Pengaruh Media Massa dan Periklanan: Paparan terhadap iklan dan media massa dapat mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap merek dan produk tertentu. Promosi konsumtif dalam iklan dapat merangsang keinginan untuk membeli barang-barang yang mungkin tidak dibutuhkan.
- d. Menurut Prihartini (2021) Tingkat Pendidikan dan Kesadaran Finansial: Kesadaran finansial dan tingkat pendidikan dapat memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam membuat keputusan konsumtif yang lebih bijak. Mahasiswa dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan pemahaman finansial yang baik mungkin lebih cenderung membuat keputusan konsumsi yang lebih terencana.
- e. Pengaruh Keluarga: Nilai-nilai dan norma-norma konsumsi yang ditanamkan oleh keluarga juga dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Pengajaran tentang kebijakan keuangan dan pengelolaan uang dapat membentuk pola pikir dan kebiasaan konsumtif.

- f. Menurut sustiyo (2020) Tingkat Stres dan Kesejahteraan Emosional: Tingkat stres dan kesejahteraan emosional dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Mahasiswa yang mengalami stres mungkin cenderung mencari pemenuhan keinginan melalui pembelian barang atau layanan sebagai bentuk pelarian atau penghiburan.
- g. Pengaruh Teknologi: Perkembangan teknologi, terutama internet dan media sosial, dapat memberikan akses yang lebih mudah untuk berbelanja secara online dan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.
- h. Kebutuhan Ekspresi Diri: Mahasiswa sering kali menggunakan pembelian sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan menciptakan identitas sosial. Hal ini dapat mendorong pembelian barang-barang yang mencerminkan gaya hidup atau preferensi pribadi.
- i. Penting untuk diingat bahwa setiap individu mungkin memiliki kombinasi unik dari faktor-faktor ini yang mempengaruhi perilaku konsumtifnya. Kesadaran akan faktor-faktor ini dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan bijak.

Indikator Penilaian Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Penilaian perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa indikator berikut ini:

- a. Utang Konsumtif: Jumlah utang yang dimiliki mahasiswa, terutama utang konsumtif seperti kartu kredit atau pinjaman tanpa jaminan. Jika mahasiswa memiliki utang yang terus meningkat akibat pembelian impulsif atau gaya hidup konsumtif, hal ini dapat menunjukkan perilaku konsumtif yang tidak terkendali.
- b. Frekuensi Pembelian Impulsif: Seberapa sering mahasiswa melakukan pembelian tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang. Pertimbangan Negatif: Frekuensi tinggi pembelian impulsif dapat menunjukkan kurangnya kontrol diri dan kecenderungan untuk memenuhi keinginan sesaat tanpa pertimbangan jangka panjang.
- c. Penggunaan Kartu Kredit yang Tidak Bijak: Penggunaan kartu kredit untuk pembelian non-esensial atau pembayaran yang tidak dapat segera dilunasi. Penggunaan kartu kredit secara tidak bijak dapat menyebabkan akumulasi utang dan beban keuangan yang berlebihan.
- d. Tekanan Psikologis dari Media Sosial: Tingkat stres atau ketidakpuasan yang timbul dari perbandingan diri dengan gaya hidup konsumtif orang lain di media sosial. Pertimbangan Negatif: Jika mahasiswa merasa tertekan untuk mempertahankan citra konsumtif tertentu atau merasa tidak puas dengan diri sendiri, ini dapat berdampak negatif pada kesejahteraan mental mereka.
- e. Partisipasi Berlebihan dalam Promosi dan Diskon: Keterlibatan yang berlebihan dalam promosi dan diskon online atau offline yang mendorong pembelian impulsif. Pertimbangan Negatif: Partisipasi yang berlebihan dapat menyebabkan pembelian tanpa perencanaan yang akhirnya berkontribusi pada perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Mengidentifikasi dan memantau indikator-indikator ini dapat membantu lembaga pendidikan dan penyedia layanan kesejahteraan mahasiswa untuk menyusun strategi intervensi yang lebih efektif guna membantu mahasiswa.

Petama penelitian yang dilakukan oleh Nooriah Mujahidah (2022) yang mana penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh penggunaan BRI Mobile, sebuah aplikasi perbankan digital dari Bank Rakyat Indonesia (BRI), terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini dilakukan untuk memahami sejauh mana aplikasi perbankan digital ini memengaruhi keputusan konsumsi dan

pengelolaan keuangan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dan wawancara dengan sampel yang terdiri dari mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di wilayah yang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan BRI Mobile memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor-faktor yang memengaruhi inklusi digital dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi tersebut memiliki peran kunci dalam membentuk keputusan konsumtif. Mahasiswa yang aktif menggunakan BRI Mobile cenderung lebih rentan terhadap pembelian impulsif dan gaya hidup konsumtif. Dalam konteks ini, aplikasi perbankan digital diidentifikasi sebagai pendorong perilaku konsumtif, terutama melalui kemudahan akses, promosi eksklusif, dan pembayaran digital. Namun, penting untuk dicatat bahwa faktor individual, seperti literasi keuangan dan kesadaran finansial, juga memainkan peran dalam mengelola dampak negatif penggunaan BRI Mobile.

Penelitian ini memberikan wawasan yang berharga bagi penyedia layanan perbankan digital dan lembaga pendidikan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa dan mengelola risiko perilaku konsumtif yang tidak diinginkan yang dapat timbul akibat penggunaan aplikasi perbankan digital. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Gabriella Agus Sahanaya (2023) yang mana, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa khususnya mahasiswa prodi Teknologi Pendidikan yang muncul akibat dari adanya ecommerce. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif menggunakan kuisioner dan wawancara via whatsapp untuk mendapatkan data dan informasi dari informan sebanyak 15 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua informan memiliki aplikasi e-commerce yang diakses secara intensif melalui smartphone mereka dan semua informan pernah melakukan perilaku konsumtif yaitu membeli barang yang tidak dibutuhkan. Faktor penyebab munculnya perilaku tersebut antara lain karena banyaknya diskon, promo dan terpengaruh iklan di media sosial.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah Penelitian *expost facto* sering disebut juga sebagai penelitian kasual komparatif, karena penelitian tersebut berusaha mencari informasi tentang hubungan sebab akibat dari suatu peristiwa. Menurut Ramdhan (2021:78) penelitian kausal komparatif atau *expost facto* adalah penyelidikan empiris yang sistematis di mana ilmuwan tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena eksistensi dari variabel tersebut telah terjadi, atau karena variabel tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi. Menurut Siyoto Ali. (2022:90) kesimpulan tentang adanya hubungan diantara variabel tersebut dibuat berdasarkan perbedaan yang mengiringi variabel bebas dan variabel terikat, tanpa intervensi langsung. Sehingga dapat dikatakan dengan pendekatan korelasional: yaitu meneliti tentang pengaruh antara dua hal atau lebih” selanjutnya dikorelasikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini berusaha mengungkap variabel pengaruh penggunaan BRI MOBILE terhadap tingkat konsumtif mahasiswa IAI EHMRI Penelitian ini berlokasi di kampus Institut Agama Islam Edi Hariono Madani Riau (IAI EHMRI) Kecamatan Kandis Kabupaten Siak.

Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan model analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu program SPSS.23 (*Statistical Package for*

Social Science) yaitu analisis tentang hubungan antara satu *dependent* variabel dengan satu *independent* variabel. (Suharsimi Arikunto, 2015:339).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Tanggapan Responden Variabel BRIMO (X)

Berikut ini adalah tanggapan responden variabel BRIMO, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1
Rekapitulasi Pernyataan Variabel BRIMO (X) NO TABEL TOLONG
D REVISI

No	Pertanyaan	Kategori					Jlh	Rata - Rata
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Saya merasa mudah saat melakukan proses pendaftaran di BRI Mobile Banking.	32	30	5	-	-	67	4.4
	Persen	47,8	44.8	7.5	-	-	100%	
2	Saya merasa yakin dengan tingkat keamanan transaksi yang dilakukan melalui BRI Mobile Banking	28	36	3	-	-	67	4.3
	Persen	41.8	53.7	4.5			100%	
3	Transfer antar rekening di BRI Mobile Banking berjalan lancar.	25	36	26	-	-	67	4.2
	Persen	37.3	53.7	9.0	-	-	100%	
4	Saya puas dengan antarmuka pengguna BRI Mobile Banking.	22	39	6	-	-	67	4.2
	Persentase	32.8	58.2	9.0			100%	
5	Saya merasa mendapatkan respon yang memuaskan dari layanan dukungan pelanggan BRI Mobile Banking.	13	47	7	-	-	67	4.0
	Persentase	19.4	70.1	10.4	-	-	100%	
TOTAL		21,1						

RATA2	4,22
KATEGORI	SETUJU

Sumber : Data Olahan, 23,2024

Dari tabel 4.4 dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 21,1 dengan rata-rata 4,22 Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi variabel BRIMO adalah setuju.

Analisa Tanggapan Responden Variabel Prilaku Konsumtif mahasiswa(Y)

Berikut ini adalah tanggapan responden variabel Prilaku Konsumtif Mahasiswa, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2
Rekapitulasi Pertanyaan variabel Prilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)

No	Pertanyaan	Kategori					Jumlah	Rata - Rata
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Saya memiliki utang konsumtif seperti Pay- Later atau pinjaman tanpa jaminan..	10	36	8	8	5	67	3.56
	Rata-rata	14.9	53.7	11.9	11.9	7.5	100%	
2	Saya sering melakukan pembelian tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang.	12	43	11	1	-	67	3.98
	Rata-rata	17.9	64.2	16.4	1.5		100%	
3	Saya menggunakan uang gaji untuk pembelian yang berlebihan dari pendapatan sehingga saya berhutang	11	20	14	11	11	67	3.13
	Rata-rata	16.4	29.9	20.9	16.4	16.4	100%	
4	Saya merasakan tekanan psikologis dari perbandingan diri dengan gaya hidup konsumtif orang lain di media sosial.	21	26	12	5	3	67	3.85

	Rata-rata	31.3	38.8	17.9	7.5	4.5	100%	
5	Saya terlibat secara berlebihan dalam promosi dan diskon yang mendorong pembelian impulsif.	8	36	13	7	3	67	3.58
	Rata-rata	11.9	53.7	19.4	10.4	4.5	100%	
TOTAL		18,1						
RATA-RATA		3,62						
KATEGORI		Setuju						

Sumber : Data Olahan, 2024

Dari data 4.5 dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 18,1 dengan rata-rata 3,62 Secara rata-rata dapat disimpulkan bahwa jawaban responden terhadap rekapitulasi variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa Adalah Setuju.

Hasil Analisa Data

Melihat uraian dan penjelasan tentang analisis pengaruh Penggunaan Brimo Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di IAI EHMRI maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan data hasil kuisioner. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi sederhana dengan menggunakan uji validitas, uji rehabilitas, uji R^2 , uji F dan uji t. Yang di gunakan regresi sederhana.

Hasil Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan data dari 67 orang responden, setelah dilakukan pengujian adapun persamaan regresinya adalah dengan menggunakan rumus SPSS. 23.0 didapat nilai $a = 4,409$, $b_1 = 0,967$, $b_2 = 0,460$, maka persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.157	.259		16.060	.000
PKM_1	.469	.069	.123	.995	.323

a. Dependent Variable: BRIMO_1

Sumber : Data Olahan SPSS. 23, 2024

Berdasarkan persamaan di atas maka :

- 1) Konstanta 4.157. Berarti saat variabel BRIMO dianggap nol atau diabaikan maka perilaku konsumtif mahasiswa Siswa juga diperoleh sebesar 4.157. satuan.
- 2) Koefiensi variabel 0.469. Berarti jika variabel BRIMO di naikkan 1 satuan maka perilaku konsumtif mahasiswa Siswa akan naik sebesar 0.469. satuan.
- 3) Koefisien variabel variabel BRIMO bertanda positif berate semakin tinggi penguunaan BRIMO Maka akan tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa Siswa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh penggunaan aplikasi Brimo terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Institut Agama Islam (IAI) EHMRI, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Koefisiensi variabel 0.469. Berarti jika variabel BRIMO dinaikkan 1 satuan, maka perilaku konsumtif mahasiswa Siswa akan naik sebesar 0.469. satuan. Koefisien variabel variabel BRIMO bertanda positif berate semakin tinggi penguunaan BRIMO Maka akan tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa Siswa. Nilai R Square sebesar 0.744. Hal ini menunjukkan bahwa variabel BRIMO secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 74,4% terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misal : disiplin kerja, motovasi kerja, dll.
2. Berdasarkan output diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 16.060, sedangkan untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebesar **1,668**. Hal ini menjelaskan bahwa t_{hitung} (16.060) $> t_{tabel}$ (**1,668**) dengan sig 0,000 $<$ sig 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan BRIMO terhadap Pengaruh penggunaan Brimo terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAI EHMRI. Koefisiensi variabel 0.469. Berarti jika variabel BRIMO dinaikkan 1 satuan, maka perilaku konsumtif mahasiswa Siswa akan naik sebesar 0.469. satuan. Koefisien variabel variabel BRIMO bertanda positif berate semakin tinggi penguunaan BRIMO Maka akan tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa Siswa. Nilai R Square sebesar 0.744. Hal ini menunjukkan bahwa variabel BRIMO secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 74,4% terhadap Perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misal : disiplin kerja, motovasi kerja, dll.
3. Berdasarkan output diatas diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 16.060, sedangkan untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebesar **1,668**. Hal ini menjelaskan bahwa t_{hitung} (16.060) $> t_{tabel}$ (**1,668**) dengan sig 0,000 $<$ sig 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan BRIMO terhadap Pengaruh penggunaan Brimo terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAI EHMRI.

Referensi

- Tjiptono, F 2008. Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: CV. Andi Offset)
- Rangkuti, F 2002. Teknik Membuat Rencana Pemasaran Berdasarkan Customer Values dan Analisis Kasus, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)
- Rangkuti, Fressy. 2010. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gugup dan Kismon, 2001. Bisnis Pengantar, (Yogyakarta: BPFE)
- Kartajaya. H dan Sula, M.S, 2006. Syariah Marketing (Bandung: Mizan Pustaka)