

**PENGARUH PENGGUNAAN MBANKING TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA MANAJEMEN UNITRI ANGKATAN 2022 DI
ERA CASHLESS SOCIETY**

Sellyana

Dr. Willy Tri Hardianto⁽¹⁾, Fendiyatmi Kusufa⁽²⁾

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana

Tunggadewi Malang

Email : sellyanarisakotta@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan m-banking terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi angkatan 2022, mengetahui perilaku konsumtif yang terjadi, serta memberikan rekomendasi strategi dalam mengurangi perilaku konsumtif di era cashless society. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode penelitian menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 106 responden mahasiswa Manajemen angkatan 2022 yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan uji instrumen (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan m-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien regresi sebesar 0,556. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,204 menunjukkan bahwa variabel m-banking berkontribusi sebesar 20,4% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, semakin tinggi penggunaan m-banking, maka semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Mobile Banking, Perilaku Konsumtif, Cashless Society.

**PENGARUH PENGGUNAAN MBANKING TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWA MANAJEMEN UNITRI ANGKATAN 2022 DI
ERA CASHLESS SOCIETY**

Sellyana

Dr. Willy Tri Hardianto ⁽¹⁾, Fendiyatmi Kusufa ⁽²⁾

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang

Email : sellyanarisakotta@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to analyze the effect of m-banking usage on the consumer behavior of Management students of Tribhuwana Tunggadewi University class of 2022, to find out the consumer behavior that occurs, and to provide strategic recommendations in reducing consumer behavior in the era of a cashless society. The type of research used is quantitative research with an associative approach. The research method uses data collection techniques through observation and questionnaires. The sample in this study amounted to 106 respondents of Management students class of 2022 who were selected using a non-probability sampling technique with a purposive sampling method. Data analysis was carried out using instrument tests (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality and heteroscedasticity), as well as simple linear regression analysis, t-tests, and coefficient of determination (R^2) tests. The results of the study indicate that the use of m-banking has a positive and significant effect on student consumer behavior with a significance value of $0.000 < 0.05$ and a regression coefficient value of 0.556. The coefficient of determination (R^2) of 0.204 indicates that m-banking contributes 20.4% to consumer behavior, while the remainder is influenced by factors outside the study. Therefore, the higher the use of m-banking, the higher the consumer behavior of students.

Keywords: Mobile Banking, Consumer Behavior, Cashless Society