

## PERILAKU KONSUMTIF DALAM PENGGUNAAN E-COMMERCE PADA TATANAN HIDUP NEW NORMAL

Sari Wulandari<sup>1)</sup>  
Mhd. Dani Habra<sup>2)</sup>  
Ayu Melati Ningsih<sup>3)</sup>

Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah  
Jl. Garu II A, Harjosari I, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara  
email: sariwulandari@umnaw.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif dalam penggunaan e-commerce. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 50 Dosen. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan SPSS versi 22.0 for windows. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil uji Koefisien Korelasi diperoleh nilai rxy sebesar 0,797 berarti perilaku konsumtif berpengaruh positif dan kuat terhadap pengguna e-commerce. Hasil uji regresi linier sederhana diperoleh persamaan  $Y = 17,424 + 0,596X + e$ , maka perilaku Konsumtif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan e-commerce. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,635 atau 63,5% yang berarti bahwa variabel perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan e-commerce. Dari hasil uji t (parsial) yang diperoleh nilai  $t_{hitung} 7,913 > t_{tabel} 2,028$ , dengan demikian  $H_a$  diterima karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku Konsumtif secara parsial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-commerce di masa new normal.

**Kata Kunci :** Perilaku konsumtif, e-commerce

### Abstract

This research aims to determine the effect of consumptive behavior in the use of e-commerce. The sample in this study amounted to 50 lecturers. The data collection technique used is to use SPSS version 22.0 for windows. The data analysis technique used is simple linear regression. Correlation coefficient test results obtained rxy value of 0.797 means that consumer behavior has a positive and strong effect on e-commerce users. The simple linear regression test results obtained by the equation  $Y = 17.424 + 0.596X + e$ , so consumptive behavior has a significant influence on the variable use of e-commerce. The value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.635 or 63.5%, which means that the consumer behavior variable affects the use of e-commerce. From the results of the t test (partial), the value of t count is  $7.913 > t \text{ table } 2.028$ , thus  $H_a$  is accepted because  $t \text{ count} > t \text{ table}$ . Therefore, it can be concluded that consumptive behavior partially has a significant effect on the use of e-commerce in era new normal.

**Keywords :** Consumptive behavior, e-commerce

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Pada masa Covid-19 sekarang ini perekonomian di dunia maupun di Indonesia mengalami guncangan yang begitu hebat yang menyebabkan terjadinya kemerosotan disegala bidang. Dimasa Covid sekarang ini masyarakat diharuskan untuk melakukan *social distancing* dan bagi yang bekerja, sebagian besar melaksanakan pekerjaannya dirumah (*work from home*).

Dalam menghadapi situasi pandemi ini, pemerintah menerapkan sebuah era yaitu *New normal* (tatanan hidup baru) yang mana masyarakat diwajibkan menjaga kebersihan diri dengan rajin mencuci tangan, menggunakan hand sanitizer dan penggunaan masker apabila melakukan aktivitas diluar ruangan. Maka dengan begitu penyebaran virus akan terhenti.

Dikarenakan dalam melakukan penjualan harus bisa melihat peluang pasar. Peluang pasar saat ini adalah penjualan berbasis *e-commerce*. Karena sesuai anjuran pemerintah untuk melakukan *social distancing*, rata-rata masyarakat untuk menghilangkan kebosanan selalu menggunakan *e-commerce* yaitu (sosial media, website belanja online dan lain sebagainya).

Dalam hal ini dosen-dosen di Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah selama masa pandemi selalu melakukan aktivitas pembelian dan pembelajaran melalui *e-commerce*. Dari aktivitas tersebut perilaku konsumtif setiap dosen sangat terkontaminasi karena penggunaan *e-commerce* yang sangat berlebihan.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli sesuatu secara tidak terencana apalagi dimasa pandemi sekarang ini mayoritas masyarakat hanya berdiam diri dirumah dan hanya melakukan aktivitas secara online terutama dalam hal berbelanja. Dalam melakukan pembelian yang paling mempermudah salah satunya adalah sistem pembayaran yang bisa dilakukan secara virtual contohnya *m-banking*, *OVO*, *creditcard* dan lain sebagainya. Hal inilah yang menyebabkan masyarakat (dosen) kehilangan kendali dalam berbelanja.

## 1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini berupa:

- Untuk mengetahui perilaku konsumtif para dosen dalam penggunaan *e-commerce*.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumtif para dosen dalam penggunaan *e-commerce*.

## 1.3. Pendekatan Pemecahan Masalah

Dalam Penelitian ini beberapa tahapan yang akan dilaksanakan dalam memecahkan masalah yang dihadapi melalui kerangka dibawah ini:



Gambar 1. Pendekatan Pemecahan Masalah

## 2. METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Uji T, uji R<sup>2</sup>, dan uji normalitas.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data untuk keperluan analisis dan pengujian hipotesis diolah secara sistematis dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 22.0 data yang telah diperoleh kemudian di uji dengan:

### a. Uji Validitas

Hasil uji validitas program SPSS 22 dengan membandingkan nilai *person correlation* (korelasi product moment) dengan nilai r tabel menggunakan tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha =$

5% dan  $n = 30$ , diperoleh hasil untuk  $r_{tabel}$  sebesar 0,361. Pernyataan dikatakan valid apabila  $r_{hit} > r_{tab}$ . Untuk lebih jelasnya, hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Pernyataan	$r_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
Perilaku Konsumtif (X)	Pernyataan 1	0,832	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,675	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,666	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,610	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,636	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,654	0,361	Valid
	Pernyataan 7	0,730	0,361	Valid
	Pernyataan 8	0,675	0,361	Valid
	Pernyataan 9	0,832	0,361	Valid
	Pernyataan 10	0,675	0,361	Valid
Pengguna <i>e-commerce</i> (Y)	Pernyataan 1	0,852	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,624	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,634	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,652	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,871	0,361	Valid
	Pernyataan 6	0,843	0,361	Valid
	Pernyataan 7	0,843	0,361	Valid
	Pernyataan 8	0,871	0,361	Valid
	Pernyataan 9	0,852	0,361	Valid
	Pernyataan 10	0,624	0,361	Valid

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai  $r_{hit} > r_{tab}$ .

### b. Uji Reliabilitas

Merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
Perilaku Konsumen	0,880	Reliabel
Penggunaan <i>e-commerce</i>	0,914	Reliabel

*Sumber : data diolah, SPSS 22.0 (2020)*

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kedua instrumen penelitian pada penelitian ini telah memenuhi unsur reliabilitas yang baik, dengan kata lain instrumen penelitian ini adalah reliabel atau terpercaya, tingkat instrumen penelitian sudah memadai karena mendekati 1 ( $\geq 0,60$ ).

### c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap penggunaan *e-commerce* pada dosen-dosen fakultas ekonomi UMN Al Washliyah digunakan analisis regresi linier sederhana sebagai salah satu alat uji, dimana variabel bebasnya adalah perilaku konsumtif (X) dan variabel terikat adalah penggunaan *e-commerce* (Y). Berikut ini adalah hasil uji regresi linier sederhana melalui program SPSS versi 22.

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linier**

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	17,424	3,387		5,144	,000
	Perilaku Konsumtif	,596	,075	,797	7,913	,000

a. Dependent Variable: Pengguna e-commerce

Berdasarkan tabel 3 diperoleh hasil regresi linier sederhana dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 17,424 + 0,596X$$

Dalam kaitan dengan persamaan tersebut diatas, maka dapat diuraikan penjelasan sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta = 17,424 artinya a jika variabel perilaku konsumtif nilainya 0 maka pengguna *e-commerce* adalah 17,424
- b) Nilai koefisien regresi =0,596 ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka pengguna *e-commerce* akan meningkat sebesar 0,596. Karena nilai koefisien regresi positif yaitu 0,596, artinya perilaku konsumtif mempunyai pengaruh positif terhadap pengguna *e-commerce*.

**d. Uji t (Parsial)**

Uji t dilakukan mengetahui pengaruh secara signifikan pengaruh perilaku konsumtif terhadap pengguna e-commerce pada Dosen Fakultas Ekonomi Uji t dilakukan untuk membuktikan hipotesis dengan membandingkan t-hit dengan t-tab. Apabila  $t_{hit} > t_{tab}$  dan nilai signifikan  $< \alpha 0,05$ , maka dikatakan pengaruh signifikan, dan apabila  $t_{hit} < t_{tab}$  dan nilai signifikan  $> \alpha 0,05$ , maka dikatakan pengaruhnya tidak signifikan.

Berdasarkan diatas, diperoleh nilai t hitung sebesar 17,424 dengan tingkat signifikan 0,000. Sedangkan nilai  $t_{tab}$  sebesar 7,913. Karena t hitung (17,424)  $< t_{tab}$  artinya perilaku konsumtif berpengaruh secara signifikan terhadap pengguna *e-commerce* pada Dosen FE UMN Al Washliyah.

**e. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien**

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square)  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,797a	,635	,625	1,97223

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 4 diperoleh nilai R Square (R<sup>2</sup>) sebesar 0,635. Dengan kata lain ini menunjukkan bahwa sebesar persentase variasi variabel Pengguna *e-commerce* yang bisa dijelaskan oleh variasi variabel bebas yaitu perilaku konsumtif sebesar 63,5% sedangkan sisanya sebesar 36,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel penelitian ini.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka ditariklah kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan Hasil Koefisien Korelasi diperoleh nilai  $r_{xy} = 0,797$ , berarti Pengaruh perilaku konsumtif dosen Terhadap penggunaan *e-commerce* adalah positif dan kuat.
- b. Berdasarkan uji regresi linier sederhana, maka diperoleh persamaan nilai konstanta sebesar 17,424 dan nilai  $b = 0,596$ , sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana  $Y = 17,424 + 0,596X + e$ , dimana perilaku konsumtif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *e-commerce*.
- c. Berdasarkan uji t diketahui bahwa hasil yang diperoleh dari Perilaku konsumtif (X) memiliki nilai t hitung  $7,913 > t \text{ table } 2,028$ , maka  $H_0$  diterima karena t hitung  $> t$  tabel, sehingga perilaku konsumtif secara parsial berpengaruh terhadap penggunaan *e-commerce*.
- d. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh sebesar 0,635 atau 63,5%, yang berarti bahwa variabel Perilaku konsumtif berpengaruh terhadap penggunaan *e-commerce* dalam berbelanja.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Candra dan Kasmi. 2017. Penerapan *E-commerce* Berbasis *Business to Consumers* untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. Jurnal Aktual STIE Trisna Negara. Vol. 15 No. 2
- Chaca Andira Sari. 2015. Perilaku Berbelanja Online di kalangan Mahasiswa Antropologi Universitas Airlangga. Jurnal AntroUnairdotNet, Vol. 4 No. 2.
- Dewi Irmawati. 2011. Pemanfaatan *e-commerce* dalam Dunia Bisnis. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis Edisi-VI
- Sari, dkk. 2018. Pengaruh Onlineshop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga di Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Desa Mojotamping Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto). Jurnal Representamen. Vol. 4 No. 1.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Manajemen. Alfabeta: Bandung
- Wibowo Edwin Agung. 2016. Pemanfaatan Teknologi *e-commerce* dalam Proses Bisnis. Jurnal Equilibria Vol. 1 No. 1