

PENGARUH PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA SISWA SMAN 10 SURABAYA

Andik Bagus Saputro¹, Putri Ulfa Kamalia²

^{1,2} Pendidikan Ekonomi FEB Universitas Negeri Surabaya

andik.22062@unesa.ac.id, putrikamalia@unesa.ac.id,

ABSTRACT

The development of the modernization era is characterized by rapid technological changes that change individual consumption patterns. This problem is evidenced by pre-research that shows changes in individual consumption patterns, especially school students. This study aims to analyze the effect of the use of electronic money and peers on impulse purchases in SMA 10 Surabaya students. This study uses a quantitative approach with data collection techniques through distributed questionnaires. The sample of this study amounted to 199 grade 10 students of SMAN 10 Surabaya. The data of this study was analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 22 tool. The results of the study showed that partially the use of electronic money and peers had a positive and significant effect on impulsive buying. This influence occurs due to technological changes that make it easier for individuals to carry out purchasing activities using electronic money, by using electronic money can increase efficiency in transactions. In addition, the influence of social pressure from the peer environment provides support or positive assessment of a certain form so that the individual will be encouraged to follow his peer group. This pattern is followed by the goal of individuals gaining recognition for their peer groups and maintaining a social image in their friendship environment. The novelty in this study lies in the research object that focuses on high school students.

Keywords: Use of Electronic Money, Peers, Impulsive Buying

ABSTRAK

Perkembangan era modernisasi yang ditandai dengan perubahan teknologi yang semakin cepat merubah pola konsumsi individu. Permasalahan ini dibuktikan dengan pra – penelitian yang menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi individu khususnya siswa sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan uang elektronik dan teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada siswa SMA 10 Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan. Sampel penelitian ini berjumlah 199 siswa kelas 10 SMAN 10 Surabaya. Data penelitian ini dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan alat SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial penggunaan uang elektronik dan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif. Pengaruh ini terjadi karena perubahan teknologi yang memudahkan individu dalam melakukan aktivitas pembelian menggunakan uang elektronik, dengan menggunakan uang elektronik dapat meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. Selain itu pengaruh tekanan sosial dari lingkungan pertemanan memberikan dukungan atau penilaian positif terhadap bentuk tertentu sehingga

individu tersebut akan terdorong mengikuti kelompok teman sebayanya. Pola tersebut diikuti dengan tujuan individu mendapatkan pengakuan atas kelompok teman sebayanya serta tetap menjaga citra sosial dalam lingkungan pertemanannya. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yang berfokus pada siswa SMA.

Kata Kunci: Penggunaan Uang elektronik, Teman Sebaya, Pembelian Impulsif

A. Pendahuluan

Era modernisasi ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat. Perkembangan ini telah mengubah pola konsumsi individu, termasuk di kalangan pelajar. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran karena pelajar yang seharusnya berfokus pada kebutuhan akademis seringkali terjebak dalam pengaruh media digital dan lingkungan sosial sehingga menyebabkan pembelian impulsif (Maulidy et al., 2025). Pembelian impulsif merupakan kegiatan pembelian secara tiba – tiba tanpa berfikir panjang dan tidak mempertimbangkan yang mendalam, dengan proses pengambilan keputusan secara singkat serta cenderung bias subjektif sehingga terdorong memiliki keinginan produk secara langsung (Japutra & Song, 2020).

Perubahan dalam memenuhi kebutuhan yang efisien dan fleksibel menjadi faktor yang praktis untuk mendorong peningkatan preferensi belanja online (Rahma et al., 2022). Sehingga peluang dalam berbelanja relatif mudah mengakibatkan pengambilan keputusan sering terburu – buru dan impulsif tanpa pertimbangan (Nyrhinen et al., 2023). Pengambilan keputusan tanpa pertimbangan yang matang sering

terjadi pada remaja generasi Z, khususnya siswa sekolah menengah yang tergoda dengan perkembangan zaman pada media sosial. Seperti melihat trend dalam sebuah aplikasi yang kemudian individu tersebut berusaha mengikuti model atau gaya hidup yang dilihat, tidak hanya itu kebiasaan berkumpul di kafe terus berlibur di tempat yang sedang trend menjadikan individu tersebut berperilaku impulsif (Merliyana & Syakinah, 2022).

Pembelian impulsif dialami oleh beberapa pelajar di Jawa Timur. Pada penelitian (Hanifaturrohman & Widyarto, 2022) menunjukkan bahwa pelajar di kelas XI IPS 1 SMAN 2 Trenggalek cenderung membeli produk atau barang untuk tampil beda dengan teman sebayanya. Sedangkan penelitian (Wulandari et al., 2022) pada pelajar XI SMAN 1 Tulungagung menunjukkan sebagian besar senang dalam mengikuti trend yang terbaru. Serta penelitian (Kusumaningtyas & Sakti, 2017) pelajar XI IPS SMAN 1 Taman Sidoarjo membeli produk yang sedang populer dan terbaru. Berdasarkan hasil penelitian beberapa pelajar di Jawa Timur, menunjukkan bahwa pembelian impulsif timbul karena adanya keinginan dalam membeli sebuah produk yang menarik, ingin

mengikuti trend yang terbaru, dan rasa penasaran terhadap barang yang tinggi, sehingga tanpa berfikir secara rasional dan mempertimbangkan secara wajar sebelum membeli. Tidak hanya itu dorongan dan keinginan untuk tampil berbeda dari teman sebaya serta merasa bangga agar mendapat pengakuan serta penerimaan dalam sebuah kelompok.

Berdasarkan kalimat deskripsi di atas pembelian impulsif terjadi di beberapa sekolah khususnya di Jawa Timur. Selain itu salah satu sekolah yang terindikasi mengalami masalah pembelian impulsif ialah siswa SMAN 10 Surabaya. Hal ini dibuktikan oleh hasil observasi awal yang saya lakukan, bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif siswa. Berdasarkan hasil pra penelitian terhadap 140 responden diperoleh data bahwa pembelian impulsif memiliki pengaruh sebesar 65,7% yang dipengaruhi oleh beberapa variabel seperti penggunaan uang elektronik sebesar 40% dan teman sebaya 62,9%.

Sejalan dengan hasil pra penelitian tersebut, beberapa penelitian seperti (Bilal et al., 2022; Shiega et al., 2024) menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Penggunaan uang elektronik yang memudahkan dalam bertransaksi tanpa membawa uang tunai menyebabkan meningkatnya pembelian impulsif. Beberapa penelitian seperti (Pepe, 2025; Rozman & Hashim, 2023) menunjukkan teman sebaya

berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Pengaruh dari teman sebaya mendorong untuk mengikuti trend terbaru menjadikan individu melakukan pembelian impulsif tanpa mengetahui kemampuan finansial dari individu tersebut. Sehingga dari beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa baik faktor internal maupun eksternal berkontribusi terhadap peningkatan pembelian impulsif.

Dampak pembelian impulsif di kalangan pelajar cukup signifikan, pertama mulai dari sisi prestasi akademik. Dengan adanya media sosial yang mudah diakses serta informasi yang update memudahkan dalam mengakses barang – barang yang bisa dianggap sebagai status individu. Bagi sebagian pelajar tentunya ingin menjadi menarik di kalangan teman sebayanya, dengan begitu status individu tersebut bisa diakui atau diterima dalam kelompok tersebut. Ketika pendapatan yang diperoleh individu tidak mampu memenuhi kebutuhan status sosial sebagaimana yang diharapkan, maka hal tersebut dapat memicu timbulnya emosi berlebihan, gejala depresi, serta kecemasan. Dampak yang diakibatkan dari perilaku tersebut mengakibatkan penurunan prestasi akademik (Mabina & Mukwevho, 2024). Dengan tidak terpenuhi kepuasan individu, maka fokus siswa dalam meraih prestasi akademik beralih hasrat ke barang atau jasa yang mereka inginkan.

Kedua yaitu menurunnya kesejahteraan individu, baik dari sisi psikologis maupun finansial. Perilaku

yang terdorong karena keinginan sesaat seringkali mengesampingkan prioritas dalam mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan ekonomi, sehingga individu sulit mengelola keuangan dalam kehidupan sehari – hari. Ketika individu sering melakukan pembelian impulsif maka akan lebih rentan mengalami emosi negatif setelah melakukan pembelian. Penelitian (Crosta et al., 2021) menjelaskan bahwa pembelian impulsif berkaitan erat dengan datangnya perasaan bersalah dan menyesal, khususnya ketika individu menyadari bahwa barang yang dibeli tidak sesuai dengan kebutuhan aktual. Penelitian (Rodrigues et al., 2021) juga menjelaskan ketidaksesuaian antara keinginan sesaat dan evaluasi rasional setelah pembelian dapat menimbulkan ketidaknyamanan emosional yang signifikan.

Ketiga yaitu munculnya kecemburuan sosial yang muncul oleh perbedaan status sosial maupun kepemilikan barang tertentu. Pembelian impulsif yang dilakukan secara berlebihan dan terus menerus mengakibatkan pemborosan uang untuk hal yang menyenangkan sesaat sehingga tidak ada rencana untuk investasi ataupun menyisihkan keuangannya sebagai uang darurat atau masa depan (Anita & Hidayah, 2024). Terkadang siswa mengurangi jumlah pembelian makanan setiap hari demi mendapatkan barang yang diinginkan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran prioritas, di mana kebutuhan esensial yang seharusnya menjadi perhatian utama justru dikesampingkan demi kepuasan

membeli produk yang diinginkan. Kebutuhan esensial yang merupakan sumber utama dalam memenuhi nutrisi, gizi dan energi akan terabaikan dan tidak baik bagi kesehatan tubuh secara fisik maupun kesehatan mental (Prihatini & Irianto, 2021).

Dengan mengetahui dampak negatif dari pembelian impulsif pelajar, penting bagi seluruh pihak untuk menganalisis faktor-faktor penyebab pembelian impulsif tersebut. Faktor – faktor tersebut mulai dari penggunaan uang elektronik, yang dimana menurut laporan Bank Indonesia pembayaran transaksi digital pada Juli 2025 seluruh komponen meningkat dan tumbuh 45,30% secara tahunan dan mencapai 4,44 miliar transaksi (Febriari, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik sebagai transaksi jual beli sudah banyak dan sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Perubahan sistem pembayaran yang semakin maju merubah alat pembayaran dari uang tunai menjadi uang elektronik.

Pembayaran menggunakan uang elektronik menyebabkan peningkatan pembelian impulsif, misalnya pada generasi Z di kota Bandung terkait metode pembayaran uang elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif (Sari & Manjaleni, 2025). Kemudahan pembayaran praktis yang bisa dilakukan dimana saja menjadikan pembelian barang maupun jasa menjadi meningkat dan spontan tidak selalu sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan yang terjadi pada siswa juga dialami pada

mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo, yang menggunakan kemudahan dalam menggesek kartu atau menggunakan aplikasi dalam pembayaran Sehingga mengubah pola kebutuhan primer menjadi sekunder (Tulie et al., 2024). Perubahan tersebut juga dialami mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Diniyyah Pekanbaru, ketika menggunakan uang elektronik secara mudah menimbulkan pemborosan pembelian barang yang tidak diperlukan (Mz & Harahap, 2025). Pemborosan tersebut meluas terjadi kepada masyarakat, khususnya di kelurahan Cakung Timur, Jakarta Timur, yang menggunakan uang elektronik yang dipicu oleh diskon atau promo yang ditawarkan sehingga hasrat dalam membeli meningkat (Herlizah & Subali, 2023). Dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun objek penelitiannya berbeda, akan tetapi kecenderungan kemudahan transaksi penggunaan uang elektronik meningkat maka dapat mendorong pembelian impulsif.

Pembelian impulsif tidak hanya terjadi karena penggunaan uang elektronik, Teman sebaya juga menjadi penyebab individu melakukan pembelian impulsif. Teman sebaya memiliki peran penting dalam mempengaruhi individu untuk membentuk pola pikir atau arah yang diinginkan (Thürmer et al., 2020). Dukungan teman sebaya dapat membentuk individu mengikuti pola kebiasaan yang bersama. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya mempengaruhi pembelian

impulsif, misalnya penelitian di SMK Gunungkidul membeli produk sesuai dengan gaya hidup lingkungannya (Khoirullisa & Susilaningih, 2024). Gaya hidup siswa dalam memenuhi kebutuhan non pokok, seperti membeli barang branded, trend terbaru serta tempat berkumpul dengan teman sebayanya akan membentuk kebiasaan hidup yang sejalan, sehingga menimbulkan pembelian impulsif. Pembelian impulsif tidak hanya terbentuk melalui interaksi secara langsung melainkan bisa dari media sosial, contohnya pada SMKN 1 Tanjung Jabung Barat, dengan luasnya pertemanan dan interaksi melalui media sosial yang menampilkan produk atau trend terbaru mendorong individu tersebut untuk melakukan pembelian (Hartina et al., 2024). Pembelian barang yang berlebihan juga dialami oleh siswa kelas X IPS SMAN 1 Karangrejo dengan membeli barang yang populer dan mewah sebagai bentuk atas pengakuan dari lingkungannya (Hidayah & Yanuari, 2022). Dari beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tingginya pengaruh teman sebaya dapat memicu adanya pembelian impulsif.

Secara teoritis penelitian ini menggunakan 2 grand teori, yaitu teori *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory Planned of Behavior* (TPB). Teori yang dikemukakan oleh (Davis, 1989) berpendapat bahwa penerimaan terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh empat konstruk yaitu *perceived usefulness* (PU), *perceived ease of use* (PEOU), *Attitude toward*

using (ATU), dan *behavioral intention to use* (BI). Pada penelitian ini variabel uang elektronik pada konstruk *perceived usefulness* (PU) karena individu menilai teknologi ini bermanfaat untuk mempercepat transaksi, dapat dipercaya dan sangat praktis sehingga bisa digunakan pada berbagai merchant. Sedangkan konstruk *perceived ease of use* (PEOU) uang elektronik dianggap mudah digunakan dan tidak perlu bawa uang tunai.

Sementara itu, *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) dalam menganalisis pembelian impulsif siswa. TPB menjelaskan bahwa niat berperilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pada penelitian ini variabel yang dapat dikaitkan dengan teori yang digunakan yaitu Teman sebaya, Teman sebaya dikaitkan dengan norma subjektif melalui tekanan sosial dalam mengikuti rekomendasi agar diterima dan bisa menyesuaikan diri dengan suatu kelompok. Oleh karena itu dengan menggabungkan teori TPB yang berfungsi dalam psikologis dan sosial serta TAM untuk faktor teknologi, penelitian ini berupaya memberikan pemahaman tentang pembelian impulsif.

Beberapa penelitian terdahulu sudah meneliti terkait faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif, Misalnya penelitian terkait penggunaan uang elektronik terhadap pembelian impulsif pada objek mahasiswa (Light & Poniman, 2024;

Murniawaty et al., 2025; Alfinna et al., 2023). Tidak hanya penggunaan uang elektronik, beberapa penelitian terdahulu juga meneliti tentang teman sebaya terhadap pembelian impulsif seperti pada objek mahasiswa (Hayati et al., 2020; Miswanto et al., 2022; Riztika et al., 2025). Pada penelitian terdahulu dominan banyak berfokus pada objek mahasiswa yang menimbulkan kesenjangan pengetahuan. Padahal penelitian terhadap objek siswa sekolah menengah atas juga berpotensi menimbulkan pembelian impulsif, tetapi jarang yang menjadikannya sebagai objek penelitian. Oleh sebab itu penelitian ini akan mengkaji pengaruh penggunaan uang elektronik dan teman sebaya terhadap pembelian impulsif siswa.

Pembelian impulsif yang terjadi pada kalangan siswa menjadi perhatian yang meningkat, seiring penggunaan uang elektronik yang meluas dan mudah digunakan. Ditambah pengaruh teman sebaya yang kuat mengakibatkan pembelian impulsif yang berlebihan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih kontekstual tentang bagaimana penggunaan uang elektronik dan teman sebaya membentuk pembelian impulsif siswa SMAN 10 Surabaya. Temuan ini tidak hanya bermanfaat secara akademis dalam memperkaya literatur pembelian impulsif pada siswa, tetapi secara praktis penelitian ini dapat memberikan masukan terhadap orang tua dalam memahami faktor – faktor yang mendorong pembelian impulsif

serta mengedukasi dalam mengelola keuangan yang tepat.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini mencakup jenis penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2023).

Tujuan peneliti adalah ingin menguji hipotesis yang ditetapkan, serta membuktikan hubungan kausal antar variabel, yaitu variabel dependen (Penggunaan Uang Elektronik dan Teman Sebaya) dengan variabel dependen (Pembelian impulsif).

Penelitian ini dilakukan pada siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 10 Surabaya yang berlokasi di Jl. Jemursari I No.28, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60237. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Selain itu Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan melalui penyebaran penyebaran kuesioner (angket) pada *google form* yang disusun

berdasarkan indikator tiap variabel. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau pihak lain. Data tersebut digunakan untuk mendukung dan memperkuat analisis data primer. Data sekunder bisa didapatkan melalui berbagai sumber yang tersedia seperti buku, artikel serta dokumen yang relevan untuk digunakan.

Objek penelitian ini adalah siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 10 Surabaya kelas X. Siswa/i kelas X dipilih sebagai populasi penelitian karena pada tahap awal pendidikan menengah atas cenderung memiliki karakteristik yang relatif homogen dari sisi usia, pengalaman belajar, dan proses adaptasi lingkungan sekolah.

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 10 Surabaya. Dengan demikian, perhitungan sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5 % sedangkan tingkat kepercayaan sebesar 95%. Dari rumus tersebut hasilnya menunjukkan responden dalam penelitian sebanyak 199 siswa/i. Dengan jumlah responden tersebut

maka untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *probability sampling* dengan teknik *proportionate stratified random sampling*, yaitu teknik sampling yang digunakan jika populasi memiliki karakteristik yang heterogen terbagi ke dalam strata/kelompok tertentu secara proporsional (Sugiyono, 2023). Tahapan dalam menganalisis data penelitian ini mencakup beberapa langkah seperti uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji linear berganda, uji hipotesis, dan uji determinasi.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian ini menyajikan hasil pengolahan data yang diolah menggunakan SPSS versi 22. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran terkait jawaban responden pada variabel penggunaan uang elektronik dan teman sebaya terhadap pembelian impulsif. Setelah itu, dilakukan pengujian asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi.

1. Hasil statistik deskriptif variabel

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	199	12	30	25,13	3,298
X2	199	29	59	49,45	6,709
Y	199	24	40	34,25	3,181
Valid N (listwise)	199				

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan hasil tabel 1 maka dapat disimpulkan bahwa;

- 1) Variabel X1 dari data tersebut bisa dijelaskan bahwa memiliki nilai minimum sebesar 12 dengan nilai maximum sebesar 30 kemudian rata – rata sebesar 25,13 dengan standar deviasi 3,298
- 2) Variabel X2 dari data tersebut bisa dijelaskan bahwa memiliki nilai minimum sebesar 29 dengan nilai maximum sebesar 59 kemudian rata – rata sebesar 49,45 dengan standar deviasi 6,709
- 3) Variabel Y dari data tersebut bisa dijelaskan bahwa memiliki nilai minimum sebesar 24 dengan nilai maximum sebesar 40 kemudian rata – rata sebesar 34,25 dengan standar deviasi 3,181.

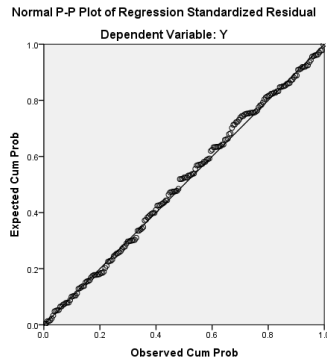
2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat asumsi – asumsi dasar dalam analisis regresi linear, sehingga hasil estimasi yang didapatkan bersifat valid, tidak bias dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan.

Berikut ini merupakan uji yang dilakukan dalam memenuhi asumsi dasar yaitu:

a. Hasil Uji Normalitas

1) Hasil Uji P Plot



Gambar 1. Hasil uji P Plot

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan gambar 1 diatas maka dapat disimpulkan bahwa persebaran data yang menyebar dan mengikuti garis diagonal maka bisa dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

2) Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		199
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03941273
Most Extreme Differences	Absolute	.041
	Positive	.028
	Negative	-.041
Test Statistic		.041
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Asymp. Sig sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga data dikatakan berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikoliniaeritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikoliniaeritas

		Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.972	1.517	5.914	.000		
	X1	.496	.044	.515	.11225	.998	1.002
	X2	.259	.022	.546	.11.918	.998	1.002

a. Dependent Variable: Y

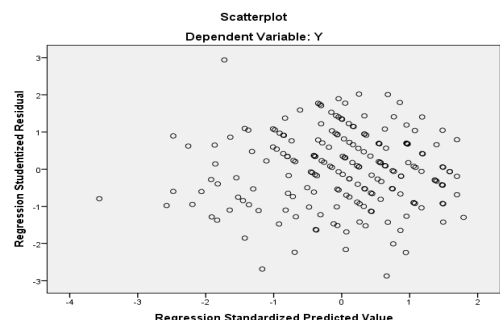
Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel independen Penggunaan Uang Elektronik (X1) memiliki nilai Tolerance $0,998 > 0,100$ serta VIF $1,002 < 10,00$ yang berarti data tersebut tidak terjadi multikoliniearitas.
- 2) Variabel independen Teman Sebaya (X2) memiliki nilai Tolerance $0,998 > 0,100$ serta VIF $1,002 < 10,00$ yang berarti data tersebut tidak terjadi multikolininearitas.

c. Hasil Uji Heteroskedastistas

1) Uji Grafik Scatterplot



Gambar 2. Hasil Uji Grafik Scatterplot

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan hasil gambar 2 diatas dapat disimpulkan bahwa penyebaran data menyebar secara

acak tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga diasumsikan tidak terjadi heteroskedastitas.

2) Uji Glejser

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.100	.880		3.523	.001
X1	-.043	.026	-.119	-1.685	.094
X2	-.007	.013	-.041	-.584	.560

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan hasil tabel 4 diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi X1 0,094 > 0,05 dan X2 0,560 > 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.972	1.517		5.914	.000
X1	.496	.044	.515	11.225	.000
X2	.259	.022	.546	11.918	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + B1.X1 + B2.X2 + e$$

$$Y = 8,972 + 496+259$$

Rumus diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Jika nilai konstanta sebesar 8,972 menunjukkan bahwa apabila Penggunaan Uang Elektronik (X1) dan Teman Sebaya (X2) sebesar

0, maka tingkat Pembelian Impulsif adalah sebesar 8,972

- b. Jika nilai koefisien Penggunaan Uang Elektronik (X1) sebesar 496 dan bernilai positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika Penggunaan Uang Elektronik meningkat maka tingkat Pembelian Impulsif akan meningkat sebesar 496
- c. Jika nilai koefisien Teman Sebaya (X2) sebesar 259 dan bernilai positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketika Teman Sebaya meningkat maka tingkat Pembelian Impulsif akan meningkat sebesar 259

4. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6.1 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.972	1.517		5.914	.000
X1	.496	.044	.515	11.225	.000
X2	.259	.022	.546	11.918	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 6 diatas maka dapat disimpulkan:

- 1) Nilai signifikansi variabel X1 sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai T hitung sebesar 11.225 > T tabel sebesar 1.972, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Penggunaan Uang Elektronik (X1) secara parsial berpengaruh positif Signifikan terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y).
- 2) Nilai signifikansi variabel X2 sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai T hitung sebesar 11.918 > T tabel sebesar 1.972, maka dapat

disimpulkan bahwa variabel Teman Sebaya (X2) secara parsial berpengaruh positif Signifikan terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y).

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1179,915	2	589,957	140,411
	Residual	823,522	196	4,202	
	Total	2003,437	198		

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 140,411 > F tabel sebesar 3,04 dan nilai signifikansi sebesar 0,00 < 0,05, sehingga Ha diterima dan H0 ditolak yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel Penggunaan Uang Elektronik dan Teman Sebaya terhadap Pembelian Impulsif.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.589	.585	2.050

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Peneliti 2026

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa hasil atau nilai Adjusted R Square sebesar 0,589 yang mana dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen yaitu Penggunaan Uang Elektronik dan

Teman Sebaya terhadap Pembelian Impulsif sebesar 58,9%.

D. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian untuk menganalisis pengaruh dari variabel penggunaan uang elektronik dan teman sebaya terhadap pembelian impulsif pada siswa. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda serta pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Penggunaan Uang Elektronik (X1) berpengaruh terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y). Semakin positif penggunaan uang elektronik maka semakin meningkat juga nilai pembelian impulsif. Hal ini disebabkan karena kemudahan transaksi dalam pembayaran
2. Variabel Teman Sebaya (X2) berpengaruh terhadap variabel Pembelian Impulsif (Y). semakin positif pengaruh teman sebaya maka semakin meningkat juga nilai pembelian impulsif. Ketika individu ingin diterima dalam kelompok sebayanya maka individu tersebut akan terpaksa mengikuti trend atau standar norma yang berlaku dalam kelompok sebayanya

Berdasarkan hasil penelitian terkait pengaruh penggunaan uang elektronik dan teman sebaya terhadap pembelian impulsif, maka peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi siswa, diharapkan mampu meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan pribadi untuk memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan dasar daripada keinginan sesaat. Lebih bijak berfikir dulu sebelum membeli barang yang diinginkan. Siswa juga perlu memiliki jiwa yang bertanggung jawab pada diri sendiri dalam mengambil keputusan secara mandiri tanpa terpengaruh ajakan atau pengaruh teman sebaya agar keputusan pembelian tetap pada diri sendiri tanpa tergantung orang lain.
2. Bagi perguruan tinggi, khususnya program studi Pendidikan ekonomi, diharapkan terus memberikan kajian atau edukasi terkait mahasiswa yang sedang berkontribusi di lapangan persekolahan sebagai bentuk pengembangan ilmu ekonomi dan pendidikan. Selain itu, penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi dalam proses pembelajaran. Referensi tersebut bisa dikaitkan dengan mata kuliah seperti literasi keuangan atau ekonomi digital, sehingga mahasiswa dapat memperoleh ilmu yang lebih komprehensif terkait faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang menjadi faktor meningkatnya pembelian impulsif. Tidak hanya itu, penelitian ini dapat diperluas

dengan cakupan jumlah objek penelitian yang berbeda serta karakteristik yang beragam. Peneliti selanjutnya juga disarankan menggunakan metode atau pendekatan yang berbeda agar mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif terkait alasan individu melakukan pembelian impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfinna, F. C., Purwidiyanti, W., Handayani, E., & Endratno, H. (2023). Consumptive Behavior: Are Financial Literacy, Electronic Money, Lifestyle, and Self-Control Necessary? *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 20(4), 113–123. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2023/v20i4747>
- Anita, T., & Hidayah, N. E. F. (2024). Pengaruh Lifestyle, Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Surakarta. *ProBank: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 9(2), 194–204. <https://doi.org/doi.org/10.36587/probank.v9i2.1853>
- Bilal, M., Rasyid, A., & Fahrullah, A. (2022). PENGARUH PENGGUNAAN DEBIT CARD DAN E-MONEY EFFECT OF USE DEBIT CARD AND E-MONEY DEBIT CARD AND E-MONEY CONSUMTIVE BEHAVIOR ON CONSUMTIVE. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburaj*,

- 8(2), 111–122.
<https://doi.org/doi.org/10.24967/jmb.v8i2.1708>
- Crosta, D. A., Ceccato, I., Marchetti, D., Malva, P. La, Maiella, R., Cannito, L., Cipi, M., Mammarella, N., Palumbo, R., Verrocchio, M. C., Palumbo, R., & Domenico, A. di. (2021). Psychological factors and consumer behavior during the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*, 16(8), 1–23.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256095>
- Davis, F. (1989). The Technology Acceptance Model. In *Journal of Organizational and End User Computing* (Vol. 16, Issue 1, pp. 59–72).
<https://doi.org/10.4018/joeuc.2004010104>
- Febriari, S. (2025). *BI: Transaksi Digital Juli 2025 Tumbuh 45%*.
<https://www.metrotvnews.com/play/KdZCjX46-bi-transaksi-digital-juli-2025-tumbuh-45>
- Hanifaturohmah, Z., & Widyarto, W. G. (2022). Pengaruh Konseling Kelompok Dengan Teknik Self Management Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMAN 2 Trenggalek. *Anterior Jurnal*, 21(2), 101–113.
<https://doi.org/10.33084/anterior.v21i2.3498>
- Hartina, S., Hafiz, A. P., & Fusfita, N. (2024). Pengaruh Perilaku Teman Sebaya, Penggunaan Media Sosial, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMKN 1 Tanjung Jabung Barat Tahun Ajaran 2023/2024. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(1), 266–280.
<https://doi.org/10.59841/excellence.v2i1.1021>
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). *Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior*. 02(01), 16–24.
<https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>
- Herlizah, N., & Subali, S. (2023). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur. *Efektor*, 10(2), 253–262.
<https://doi.org/10.29407/e.v10i2.20661>
- Hidayah, N., & Yanuari, S. W. (2022). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X Ips Di Sma Negeri 1 Karangrejo Tahun Pelajaran 2020/2021. *Literacy: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(1), 15–26.
<https://doi.org/10.53682/literacyjp.e.v3i1.3686>
- Japutra, A., & Song, Z. (2020). Mindsets, shopping motivations and compulsive buying: Insights from China. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(5), 423–437.
<https://doi.org/10.1002/cb.1821>
- Khoirullisa, A. C., & Susilaningsih. (2024). PENGARUH KONFORMITAS KELOMPOK TEMAN SEBAYA DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SMK. *Jurnal Pengembangan Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2).
<https://doi.org/doi.org/10.20961/jppak.v5i2.102855>
- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Sikap Hidup Hemat Siswa. *Jurnal Pendidikan*

- Ekonomi*, 5(3), 71–78.
<https://doi.org/doi.org/10.26740/jupe.v5n3.p%25p>
- Light, N., & Poniman, P. (2024). The Effect of Financial Literacy, E-Money Use and Self-Control on Consumptive Behavior. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 12(1), 45–54.
<https://doi.org/10.37641/jiakes.v12i1.2413>
- Mabina, K. S., & Mukwevho, M. H. (2024). The Influence of Materialism on Student's Lifestyle: A Case Study of a Rural-based University in Limpopo Province, South Africa. *Journal of Education and Learning Technology*, 5(8), 306–314.
<https://doi.org/10.38159/jelt.2024584>
- Maulidy, A., Zaini, A. W., & Sanjani, M. A. F. (2025). Social Media Influence on Consumerism Trends Among College Students. *Indonesian Journal of Education and Social Studies*, 04(01), 16–28.
<https://doi.org/doi.org/10.33650/ijess.v5i1.11682>
- Merliyana, R. D., & Syakinah, F. (2022). Determinants of Generation Z Consumptive Behavior. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 23(3), 234–243.
<https://doi.org/doi.org/10.52434/jwe.v23i3.3691>
- Miswanto, M., Sidik, P. A., & Arrafi, M. F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(2), 136–151.
<https://doi.org/10.35315/jbe.v28i2.9274>
- Murniawaty, I., Sangadah, N., Pujiati, A., & Prasetyo, P. E. (2025). Does peer conformity have moderating effects on university students' consumptive behavior? A focus on self-concept, economic literacy, and e-money adoption. *Journal of Social Science Research*, 5, 590–603.
<https://doi.org/doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20336>
- Mz, N. F., & Harahap, N. (2025). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAI) Diniyyah Pekanbaru. *Journal Of Social Science Research*, 5, 590–603.
<https://doi.org/doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20336>
- Nyrhinen, J., Lonka, K., Sirola, A., Ranta, M., & Wilska, T.-A. (2023). Young adults' online shopping addiction: The role of self-regulation and smartphone use. *Journal of Social Science Research*, 5, 590–603.
<https://doi.org/DOI:10.1111/ijcs.12961>
- Pepe, A. (2025). The Role of Peer Influence on Purchase Decisions among University Students. *Journal of Humanities, Education and Cultural Reforms*, 1(1), 27–32.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.5213437>
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24.
<https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>
- Rahma, S. U. U., Prasetyo, E. T., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49–56.

- <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- Riztika, D. T., Heriyadi, Afifah, N., Juniwati, & Purmono, B. B. (2025). *IMPACT OF BUY NOW PAY LATER, PEER INFLUENCE, AND USER INTERFACE ON IMPULSIVE BUYING BEHAVIOR MEDIATED BY HEDONIC*. 8(1), 107–119.
- Rodrigues, R. I., Lopes, P., & Varela, M. (2021). Factors Affecting Impulse Buying Behavior of Consumers. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.2501/JAR-2018-031>
- Rozman, A., & Hashim, H. M. (2023). Impact of Peer Influence and Personality Traits on Impulsive Buying Behaviour among Malaysian University Students. *Researchers World International Refereed Social Sciences Journal*, 14(1), 34–47. <https://doi.org/10.18843/rwjasc/v14i1/04>
- Sari, R. A., & Manjaleni, R. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung*. 11(2), 878–889. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i2.3939>