

**ANALISIS PENGGUNAAN MOBILE BANKING DAN PENDAPATAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar)**

Sherlina Wahyuningrum, Afifudin, Siti Aminah Anwar

Universitas Islam Malang

Email: sherlinawahyuningrum@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan mobile banking dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif nasabah bank syariah. Populasi penelitian ini adalah nasabah Bank BSI kantor cabang Malang Pasar Besar yang berminat dengan Layanan BSI Mobile Banking Syariah (BSI Mobile), yang tidak diketahui besar populasinya. Dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Malhotra yang mana jumlah tak terhingga yaitu seluruh nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking dan variabel pendapatan memberikan nilai secara positif terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar. Kata kunci: Penggunaan Mobile Banking, Pendapatan, Perilaku Konsumtif, dan Bank BSI

ABSTRACT

This study aims to analyze the usage mobile banking and income on consumptive behavior of Islamic bank customers. The population of this research is the customers of Bank BSI Malang Pasar Besar branch office who are interested in the service BSI Mobile Banking Sharia (BSI Mobile), whose population size is unknown. In this study using the Malhotra formula, which is an infinite number of customers, namely all BSI KCP Malang Pasar Besar customers. The results of this study indicate that variable Mobile Banking and the income variable gives a positive value to the consumptive behavior of customers of Islamic Bank Indonesia KCP Malang Pasar Besar.

Keyword : The usage Mobile Banking, Income, Consumptive Behavior, and Bank BSI

PENDAHULUAN

Layanan perbankan saat ini sudah merupakan kebutuhan masyarakat untuk memudahkan transaksi perbankan, ditawarkan suatu produk yang berfungsi mendukung berbagai kegiatan nasabah maupun hak sama-sama mendapatkan keuntungan dengan adanya mobile banking. Gaya hidup masyarakat saat ini didominasi oleh teknologi informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat menjadi masalah utama. Hal tersebut juga terjadi pada sebagian nasabah Bank syariah di KCP Malang Pasar Besar dalam berperilaku konsumtif. Gaya hidup masyarakat saat ini didominasi oleh teknologi informasi dan tuntutan hidup yang serba cepat menjadi masalah utama. Hal tersebut juga terjadi pada sebagian nasabah Bank syariah di KCP Malang Pasar Besar dalam berperilaku konsumtif. Dimana bank syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Dengan banyaknya kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dalam melakukan kegiatan mengonsumsi. Kegiatan mengonsumsi ini dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Fardhani & Izzati (2013) dalam (Lutfiah et al., 2022) yang menyatakan bahwa, adanya perilaku boros disebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam. Variabel luar yang sangat kuat dalam perilaku konsumtif adalah budaya, kelas sosial, pertemuan referensi, dan keluarga, sedangkan komponen dalam yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah inspirasi, proses pembelajaran, karakter, ide diri, dan gaya hidup menjadi indikator dalam indeks perilaku konsumtif. Maka faktor-faktor tersebut dapat meningkatkan indeks perilaku konsumtif nasabah BSI.

Pihak Bank Syariah harus meningkatkan kualitas pelayanan dengan adanya inovasi baru meluncurkan *mobile banking* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan maka akan membuat citra perbankan semakin maju. Sejalan dengan penelitian Gonggo (2021) bahwa Bank akan berkembang ketika kualitas pelayanan yang terus ditingkatkan oleh bank penyedia fitur *mobile banking* ini akan membuat masyarakat semakin percaya untuk melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan pelayanan pengguna fitur *mobile banking* adalah dengan meningkatkan kualitas layanan dengan sitem verifikasi yang berkualitas.

Meningkatkan kualitas layanan dikembangkan dengan mengutamakan lima prinsip keandalan informasi dasar yaitu, keamanan data, kerahasiaan, privasi, integritas pemrosesan dan ketersediaan. Dengan fitur-fitur yang diberikan tersebut, penggunaan *Mobile Banking* ini dapat merubah pola perilaku berbelanja seseorang. Ketika biasanya nasabah harus pergi menuju kantor cabang terdekat atau mesin ATM di sekitar mereka, dengan menggunakan *Mobile Banking* ini nasabah tinggal mengakses fitur-fitur tersebut untuk memenuhi pembayaran mereka. semakin mudah aplikasi tersebut untuk diakses, maka kemungkinan keinginan berbelanja akan semakin tinggi dan tingkat perilaku konsumtif akan semakin meningkat. Fakta di Indonesia menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Pada 2021 penduduk Indonesia rata-rata menghabiskan Rp. 1,26 juta per bulan untuk konsumsi. Dimana 41,5% untuk mengkonsumsi makanan dan minuman, 16,25% fashion, 9,67% kebutuhan rumah tangga, 6,85% kosmetik, 6,17% jasa transportasi yang mana didukung dengan metode pembayaran 83,11% tunai/COD (*cash on delivery*), 12,57% transfer bank, 2,24% *E-wallet*, dan 2,08% kartu. Dimana metode tersebut semua tersedia di dalam aplikasi *mobile banking*. Dalam menjaga pertumbuhan Bank Syariah Indonesia akan terus meningkatkan kapabilitas digital. Hal ini didorong oleh jumlah pengguna BSI Mobile yang menembus 2,5 juta pengguna (BSI, 2021).

Seseorang akan melakukan transaksi atau pembelian suatu barang apabila mempunyai cukup uang serta memiliki pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehubungan dengan tingkat konsumtif nasabah salah satu faktor dalam penggunaan *mobile banking* adalah tingkat pendapatan. Pendapatan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pendapatan dalam keluarga berupa imbalan atas kegiatan ekonomi yang dilakukan dengan menggunakan faktor produksi, yang terdiri dari upah, gaji, sewa, bunga, deviden, komisi, honor, serta laba (Eryanto & Swaramarinda, 2013). Beberapa faktor yang dapat menurunkan indeks tingkat pendapatan seseorang yaitu pemborosan mengkonsumsi secara berlebihan, biaya gaya hidup yang tinggi, hingga membeli hanya karena iming-iming diskon. Menurut Wardhana (2022) pendapatan perbulan, Pendapatan dari usaha yaitu imbalan, Pendapatan dari transfer atau uang kiriman menjadi indikator dari indeks pendapatan. Maka faktor-faktor tersebut dapat menurunkan indeks pendapatan nasabah BSI. Sejalan dengan penelitian Lestari (2021) bahwa pendapatan memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif karena pendapatan dari kekayaan upah gaji atas jam kerja atau pekerjaan yang telah dilakukan. Berbeda dengan penelitian (Susanti & Saputro, 2020) bahwa pendapatan tidak memiliki korelasi terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu didapat dari Gonggo (2021), Syifa (2019), Lestari (2021), Mufirdah (2020), Riska (2022). Berdasarkan uraian diatas fakta nasabah pengguna *mobile banking* syariah yang semakin meningkat maka sebagai prospek serta peluang untuk pengembangan pemakaian *mobile banking* sangat menjanjikan dengan adanya peningkatan pengguna BSI *mobile* setiap tahunnya, Oleh sebab itu peneliti tertarik mencoba malakukan penelitian dengan menganalisis lebih jauh dengan judul **"Analisis Penggunaan Mobile Banking dan**

Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bank Syariah” (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar).

Dari latar belakang di atas , maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah penggunaan mobile banking dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah bank syariah?
2. Apakah penggunaan mobile banking berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah bank syariah?
3. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah bank syariah?

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Astuti et al., 2013).

Indikator perilaku konsumtif Riska (2022) dan Syifa (2019) diantaranya membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karen kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, pembelian secara impulsif, pembelian secara tidak rasional, pemborosan.

Mobile Banking

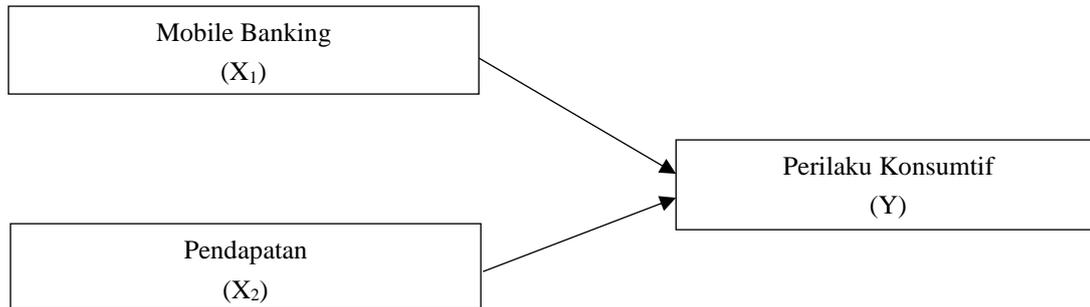
Mobile banking adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *general package radio service* (GPRS) dengan sarana telepon seluler. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan, mendaftarkan nomor handphone calon pengguna serta password yang akan digunakan untuk keamanan bertransaksi (Zuliani & Purwati, 2021).

Indikator penggunaan mobile banking menurut (Badaruddin & Risma, 2021) yaitu sebagai berikut : Aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, aman, dapat diandalkan.

Pendapatan

Menurut Suroto (2000:26) pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya: seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama.

Kerangka Konseptual



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis di atas, peneliti mengambil keputusan sementara (hipotesis) dalam penelitian ini bahwa :

H1 : Penggunaan *Mobile Banking* dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Syariah

H_{1a} : *Mobile Banking* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah Bank Syariah

H_{1b} : Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah Bank Syariah

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kantor Cabang BSI Malang Pasar Besar yang beralamat di Jl. Pasar Besar No.138, RT.004/RW.003, Sukaharjo, Kec. Klojen, Kota Malang Jawa Timur 65118. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan April 2023 hingga juni 2023. Populasi penelitian ini adalah pengguna *mobile banking* dimana responden yang memiliki pendapatan untuk menunjang berperilaku konsumtif pada nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*. Responden dipilih berdasarkan kriteria responden dari penelitian ini adalah nasabah pengguna *Mobile Banking* BSI KCP Malang Pasar Besar. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus malhotra dengan menggunakan jumlah indikator dikalikan dengan 5, maka 17 indikator x 5 = 85 responden.

Variabel penelitian yang digunakan dalam peneliti yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat (Dependen) pada penelitian ini yaitu perilaku konsumtif. Sedangkan, variabel bebas (Independen) yang digunakan pada penelitian ini yaitu *mobile banking* dan pendapatan. Sumber data yang digunakan yaitu data primer yang diperoleh dari metode pengumpulan data melalui kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang menjadi bagian dari sampel penelitian. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda menggunakan beberapa tahapan yaitu statistik deskriptif, uji instrumen yang terbagi menjadi uji validitas dan uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik yang terbagi menjadi uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, persamaan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang terbagi menjadi uji F (Simultan), koefisien determinasi (R²) dan uji t (Parsial).

HASIL DAN PEMBAHASAN
Demografi Responden

Penelitian ini dilakukan di BSI KCP Malang Besar, Responden pada penelitian ini ialah nasabah Bank BSI KCP Malang Pasar Besar. Pembagian kuesioner melalui *Google form* yang telah disebarakan kepada nasabah pengguna *Mobile Banking*.

Tabel 4.2 Demografi Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
a. Laki-laki	23	27%
b. Perempuan	62	73%
Total	85	100%
Pekerjaan		
a. Mahasiswa	51	60,0%
b. PNS	1	1,2%
c. Pegawai Swasta	33	38,8%
Total	85	100%
Pendapatan atau Uang Saku		
a. < Rp. 1.000.000	41	48%
b. Rp. 1.000.000-3.000.000	34	40%
c. Rp. 3.000.000- Rp. 4.000.000	6	7,1%
d. > Rp.4.000.000	4	4,7%
Total	85	100%

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Pada tabel 4.2 Diketahui klien BSI KCP Malang Pasar Besar sebanyak 23 orang yang berjenis kelamin laki-laki dengan kadar 27% dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang dengan kadar 73%. Jenis pekerjaan klien di BSI KCP Malanag Pasar Besar menurut responden klien keuangan portabel dalam penelitian ini adalah 55 mahasiswa dengan tingkat 60,0%, 1 PNS dengan tingkat 1,2% dan 33 pegawai swasta dengan tingkat 38,8%. Adapun pendapatan atau uang saku responden dibawah 1 Juta sebanyak 41 orang atau 48%, pendapatan of Rp. 1,000,000 – Rp. 3,000,000 sebanyak 34 orang atau 40%, pendapatan Rp. 3,000,000 – Rp. 4,000,000 sebanyak 6 orang 7.1% dan pendapatan lebih dari Rp.4000,000 sebanyak 4 orang atau 4.7%.

Statistik Deskriptif

Tabel 1.
 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Mobile Banking	85	2.00	5.00	4.48	2.46619
Pendapatan	85	2.00	5.00	4.55	1.62853
Perilaku Konsumtif	85	1.00	5.00	4.49	3.85002
Valid N (listwise)	85				

Sumber : Data Primer (Diolah 2023)

Berdasarkan tabel diatas statistik deskriptif variabel *Mobile Banking* (X_1) menunjukkan nilai minimal 2 dan nilai maksimal 5 dengan *mean* sebesar 4.48 dan dengan standar deviasi sebesar 2.46619. Variabel pendapatan (X_2) menunjukkan nilai minimal 2 dan nilai maksimal 5 dengan *mean* sebesar 4.55 dan dengan standar deviasi sebesar 1.62853. Variabel perilaku konsumtif (Y) menunjukkan nilai minimal 1 dan nilai maksimal 5 dengan *mean* sebesar 4.49 dan dengan standar deviasi sebesar 3.85002.

Pengujian Instrumen
Uji Validitas

Tabel 2.
 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,683	0,213	Valid
	Y.2	0,710	0,213	
	Y.3	0,684	0,213	
	Y.4	0,587	0,213	
	Y.5	0,659	0,213	
	Y.6	0,512	0,213	
	Y.7	0,554	0,213	
	Y.8	0,600	0,213	
	Y.9	0,668	0,213	
<i>Mobile Banking</i> (X_1)	X1.1	0,749	0,213	Valid
	X1.2	0,788	0,213	
	X1.3	0,792	0,213	
	X1.4	0,718	0,213	
	X1.5	0,528	0,213	
Pendapatan (X_2)	X2.1	0,840	0,213	Valid
	X2.2	0,831	0,213	
	X2.3	0,765	0,213	

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwasannya hasil dari pengujian validitas variabel perilaku konsumtif (Y), *mobile banking* (X_1) dan pendapatan (X_2) memiliki nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel 0,213. Sehingga dapat dinyatakan seluruh item kuesioner variabel penelitian valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3.
Hasil Uji Realibilitas

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Perilaku Konsumtif	0,806	Reliabel
2	Mobile Banking	0,765	Reliabel
3	Pendapatan	0,742	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diketahui seluruh variabel penelitian yaitu variabel perilaku konsumtif (Y), *mobile banking* (X₁) dan pendapatan (X₂) memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0.60 sehingga dapat dinyatakan seluruh variabel penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03127657
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.074
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas hasil pengujian normalitas menggunakan *kolmogorov smirnov test* diketahui bahwa nilai sig 0,200 > 0,05 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal atau memenuhi asumsi normalitas.

**Hasil Uji Asumsi Klasik
Uji Multikolinearitas**

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
5.166	2.522			
1.134	.093	.726	.950	1.052
.727	.141	.307	.950	1.052

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF pada variabel Mobile Banking (X₁) sebesar 1,052 dengan *tolerance* 0,950. Nilai VIF pada variabel

Pendapatan (X_2) sebesar 1,052 dengan *tolerance* 0,950 kesimpulan dari hasil uji tersebut adalah model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas, karena nilai *tolerance* > 0,10 dan $VIF < 10$.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.360	1.578		4.031	.000
	Mobile Banking	-.109	.058	-.200	-1.869	.065
	Pendapatan	-.175	.088	-.213	-1.984	.051

Sumber : Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, hasil analisis menunjukkan semua variabel independen Mobile Banking (X_1) pada penelitian ini memiliki tingkat signifikan 0,065 dan variabel pendapatan pada penelitian ini memiliki tingkat signifikan 0,051. Artinya kedua variabel bebas tersebut memiliki >0,05. Maka dapat dijelaskan model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7.
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.166	2.522		2.048	.044
	Mobile Banking	1.134	.093	.726	12.153	.000
	Pendapatan	.727	.141	.307	5.143	.000

Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh suatu persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5.166 + 1,134X_1 + 0,727X_2 + e$$

Persamaan regresi menunjukkan :

1. Konstanta = 5,166 merupakan nilai konstanta yang berarti bahwa jika Mobile Banking (X_1), dan Pendapatan (X_2) konstan, maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 516.6%
2. Koefisien regresi X_1 sebesar 1,134 yang berarti bahwa mobile banking mengalami kenaikan sebesar 1% sedangkan variabel yang lain konstan, maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 113,4%
3. Koefisien regresi X_2 sebesar 0,727 yang berarti bahwa jika Pendapatan mengalami kenaikan sebesar 1% sedangkan variabel yang lain konstan, maka perilaku konsumtif akan meningkat sebesar 7,27%

Hasil Pengujian Hipotesis
Uji F (Simultan)

Tabel 8.
 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	898.515	2	449.257	106.290	.000 ^b
	Residual	346.591	82	4.227		
	Total	1245.106	84			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Pendapatan, <i>Mobile Banking</i>						

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji F sebesar 106.290 dan nilai signifikansi 0,000. Maka nilai signifikan $F < 0,005$ yang artinya H_1 diterima sehingga kesimpulannya adalah *Mobile banking* (X_1) dan Pendapatan (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Syariah Indonesia (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9.
 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.722	.715	2.05590
a. Predictors: (Constant), Pendapatan, <i>Mobile Banking</i>				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (R^2) diketahui nilai R^2 sebesar 0.722 atau 72.2% dan dapat dinyatakan bahwa *mobile banking* dan pendapatan memiliki pengaruh sebesar 72.2%. Sedangkan, sisanya 28.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

UJI t (PARSIAL)

Tabel 10.
 Hasil uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.166	2.522		2.048	.044
	<i>Mobile Banking</i>	1.134	.093	.726	12.153	.000
	Pendapatan	.727	.141	.307	5.143	.000
a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat ditunjukkan bahwa:

- 1) Variabel *Mobile banking* mempunyai t hitung sebesar 12.153 dengan signifikan t sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya *Mobile Banking* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif .
- 2) Variabel pendapatan mempunyai t hitung sebesar 5.143 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 atau $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya pendapatan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

PEMBAHASAN

Pengaruh Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *mobile banking* berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar. *Mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi penyampaian data melalui ponsel atau *general package radio service* (GPRS) dengan sarana telepon seluler. Untuk mendapatkan fasilitas ini, nasabah harus mengisi surat permohonan, mendaftarkan nomor handphone calon pengguna serta password yang akan digunakan untuk keamanan bertransaksi (Zuliani & Purwati, 2021).

Pengaruh *mobile banking* terhadap perilaku konsumtif didukung oleh adanya kemampuan *mobile banking* yang mampu diandalkan oleh konsumen. *Mobile banking* menyediakan layanan yang dibutuhkan oleh konsumen, seperti layanan transfer, layanan menabung, layanan setor tunai atau tarik tunai dan lain sebagainya. Selain itu, dengan adanya *mobile banking* proses transaksi menjadi fleksibel. Konsumen lebih mudah dalam bertransaksi jangka jauh dan proses transaksi lebih cepat.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Syifa,(2019) yang menyatakan bahwa variabel penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tidak hanya itu, penelitian yang dilakukan oleh Gonggo (2021) menyatakan bahwa Manfaat *mobile banking* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif nasabah BSI KCP Malang Pasar Besar. Pendapatan Menurut Suroto (2000:26) adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah ang dari harta yang berlaku saat itu.

Pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif didukung oleh adanya Pendapatan yang diterima bersumber dari pekerjaan yang dilakukan. Pendapatan dari hasil bekerja menjadi harta yang dimiliki oleh nasabah dan disimpan di bank syariah indonesia dan digunakann untuk bertransaksi. Selain itu, pendapatan yang dimiliki sebagian nasabah dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Pendapatan yang dimiliki oleh nasabah dari beberapa sumber dan tujuan yang berbeda-beda dapat mempengaruhi perilaku konsumtif sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah Bank Syariah Indonesia.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Lestari (2021) yang menyatakan bahwa variabel pendapatan mampu meningkatkan perilaku konsumtif dengan hasil yang signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan pengujian secara simultan variabel *Mobile Banking*, pendapatan secara simultan (bersama-sama) bernilai positif yang artinya *Mobile Banking* dan pendapatan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank Syariah KCP Malang Pasar Besar. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel *Mobile Banking* dan variabel pendapatan terhadap perilaku konsumtif nasabah Bank syariah Indonesia KCP Malang Pasar Besar.

Daftar Pustaka

- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Eka Agustianingsih. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah. *Psikologi, Ekonomi., Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil (PESAT)*, 5, 8-9.
- Andika, M. (2021). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur (Doctoral dissertation, UIN Mataram).
- Astuti, E. D., Psikologi, P. S., & Samarinda, U. M. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota samarinda. *1(2)*, 79-83.
- Badaruddin, & Risma. (2021). Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Masyarakat Desa Rantau Rasau Kecamatan Berbak) *The Influence Of Service Feature and Ease Of Use On Interest Of Using Mobile Banking (Study on the Village Community . Telanaipura Jambi*, 1(1), 36122.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 25 (9th ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS, Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi. UMSU PRESS.
- Lestari, D. (2021). Pengaruh *E-commerce* Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi *Online Shop* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Rahardja Pratama, Mandala Manurung. (2010). Teori Ekonomi Mikro. Jakarta: Lembaga Universitas Indonesia.
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis *Online Shop* Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122-134.
- Riska, R. (2022). Pengaruh *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Suroto. 2000. Strategi pembangunan dan Perencanaan Perencanaan Kesempatan Kerja. Yogyakarta: Gajah Mada Univercity.
- Zuliani, & Purwati, N. A. (2021). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah. *Serambi Konstruktivis*, 3(4), 243-249.