

PENGARUH PENDAPATAN DAN DAYA TARIK MAHASISWA UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA TERHADAP TRANSAKSI E-COMMERCE MENGGUNAKAN TEORI PERMINTAAN KEYNES

**PUPUT PURNAMASARI^{1*)}
SRI AMILIA²
UMMADINATUS SHOLEHAH³
ARIF TEGAR SAPUTRA⁴**

E-mail: puput3495@gmail.com

Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia^{1,2,3,4}

Abstrak

E-commerce memiliki peran penting bagi produsen dan konsumennya karena kehadiran E-Commerce aktivitas berniaga dapat terlaksana secara praktis dan mudah yang dilakukan secara online dan tidak ada batasan waktu dan tempat. Mahasiswa merasa tertarik untuk melakukan transaksi online karena itu memungkinkan untuk menghemat waktu dan tenaga dalam proses pembelian. Selain itu, daya tarik mahasiswa untuk bertransaksi di e-commerce juga dipengaruhi oleh kehidupan sosial. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah pengaruh pendapatan dan daya tarik mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura terhadap transaksi e-commerce menurut teori permintaan Keynes. Data primer digunakan dalam penelitian ini, menggunakan kuisioner sebagai teknik pengumpulan data beserta dengan uji validitas dan reliabilitas kuesionernya. Dengan jumlah responden 30 Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura. Dari hasil penelitian ditemukan pada variabel pendapatan mahasiswa dari hasil uji T tidak mempengaruhi mahasiswa untuk bertransaksi di e-commerce dengan hasil nilai sig. $0.630 > 0,05$, sedangkan untuk variabel daya tarik mahasiswa, ini menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu bertransaksi di e-commerce dipengaruhi oleh daya tarik mahasiswa untuk bertransaksi di e-commerce dengan hasil nilai $0.000 < 0,05$.

Kata Kunci: *Pendapatan, Daya Tarik, Transaksi, E-Commerce, Teori Permintaan Keynes*

Abstract

E-commerce has an important role for producers and consumers because the presence of E-Commerce trading activities can be carried out practically and easily which is done online and there are no time and place restrictions. Students feel interested in making online transactions because it makes it possible to save time and energy in the purchasing process. In addition, the attractiveness of students to transact in e-commerce is also influenced by social life. The purpose of this study is to determine whether the effect of income of Trunojoyo Madura University students on e-commerce transactions according to Keynes' demand theory. Primary data was used in this study, using a questionnaire as a data collection technique along with testing the validity and reliability of the questionnaire. With the number of respondents 30 students of Trunojoyo Madura University. From the results of the study it was found that the student income variable from the T test results did not affect students to transact in e-commerce with the results of the sig value. $0.630 > 0.05$, while for the student attractiveness variable, this shows different results, namely transacting in e-commerce is influenced by the attractiveness of students to transact in e-commerce with a value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: *Income, Attractiveness, Transactions, E-Commerce, Keynes Demand Theory*

PENDAHULUAN

E-commerce merupakan kegiatan komersial yang menggunakan media elektronik sebagai alat mempraktikkan jual beli, seperti jual beli barang dan juga jasa. E-commerce memiliki beberapa keunggulan antara lain efisiensi dan kenyamanan sehingga menjadi pilihan belanja yang populer. Pendapatan mahasiswa dapat mempengaruhi transaksi e-commerce dalam beberapa cara, semakin tinggi pendapatannya maka semakin mudah bagi mereka untuk melakukan e-commerce karena mereka mampu (Chalisa, 2021).

Pendapatan seorang mahasiswa juga mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap pembayaran e-commerce sistem, membuat mereka lebih cenderung melakukan transaksi online. Pendapatan juga dapat mempengaruhi motivasi mahasiswa dalam melakukan e-commerce (Monica, 2021). Adanya ekspektasi pendapatan yang berbeda-beda dari setiap mahasiswa khususnya lingkungan Universitas Trunojoyo Madura, maka pengaruh pendapatan terhadap transaksi e-commerce perlu diteliti karena adanya perubahan perilaku masyarakat khususnya mahasiswa akibat wabah Covid-19 telah

meningkatkan minat berbelanja secara online.

Kehadiran *e-commerce* membuat seseorang atau mahasiswa menjadikannya sebagai bagian hidup mereka sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan membuat kehadiran *e-commerce* di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh. Sehingga kebanyakan mahasiswa mempunyai daya tarik yang tinggi untuk berbelanja atau bertransaksi di *e-commerce*. Hal ini juga dikarenakan mahasiswa terpengaruh dengan ajakan teman-temannya yang juga suka berbelanja di *e-commerce*, seperti berbelanja pakaian, kebutuhan kuliah, makanan dan lain sebagainya (Maulidiah, 2022).

Data pada Indonesian *E-commerce Association* menunjukkan presentase *market place* meninggi 25-30% di Negara Indonesia. Selain itu, berdasarkan informasi pada *e-price, e-commerce* Shopee menjadi platform terpopuler di Indonesia. Mahasiswa berpenghasilan tinggi lebih mudah mengakses barang dan jasa yang mereka butuhkan dan memanfaatkan peluang jual beli online.



Gambar 1. Kunjungan Situs E-Commerce Kategori Marketplace

Sepanjang tahun 2023, Shopee adalah *e-commerce marketplace* dengan kunjungan situs web tertinggi di Indonesia, dari data SimilarWeb. Situs Shopee jauh melangkahi para pesaingnya dengan total 2,3 miliar pengunjung dari Januari hingga Desember 2023. Selama periode yang serupa, laman Tokopedia menerima kisaran 1,2 miliar kunjungan, Lazada menerima 762,4 juta, dan BliBli menerima 337,4 juta kunjungan. Situs Shopee memiliki tingkat pertumbuhan kunjungan paling tinggi selain menang dari segi kuantitas. Total kunjungan ke laman Shopee meningkat 41,39% (tahun-ke-tahun/ytd), sementara kunjungan ke laman Tokopedia turun 21,08% (ytd), Lazada turun 46,72% (ytd), dan Bukalapak turun 56,5% (ytd). Hanya BliBli yang mengalami peningkatan kunjungan 25,18% (ytd)(Ahdiat, 2024).

Di Indonesia sendiri, jumlah pengguna pasar *e-commerce* diperkirakan akan terus meningkat dari tahun 2024 hingga 2029 dengan jumlah 46,7 juta pengguna (+53,62 persen). Setelah terjadi peningkatan selama sembilan tahun berturut-turut, indikator ini diprediksi akan mencapai 133,78 juta pengguna dan mencapai puncak baru pada tahun 2029. Peningkatan ini disebabkan oleh peningkatan tajam dalam jumlah pengguna pasar *e-commerce* selama beberapa tahun terakhir(Statista, 2024).

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Yolania Monica, menunjukkan bahwa pendapatan mahasiswa UB memiliki pengaruh positif dan relevan akan belanja konsumen pada *e-commerce* Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan mahasiswa dapat mempengaruhi *e-commerce* mahasiswa(Nurlinda & Yuliyani, 2021). Dari segi pendapatan, *e-commerce* dapat membantu pelajar meningkatkan pendapatannya. *E-commerce* menawarkan peluang yang menjanjikan seperti pemasaran yang lebih komprehensif, manajemen transaksi elektronik, dan manajemen layanan pelanggan. *E-commerce* memungkinkan mahasiswa

menjalankan bisnis mereka dengan lebih efisien dan menghasilkan lebih banyak pendapatan.

Menurut penjabaran yang dijelaskan di atas, peneliti memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui lebih mendalam bagaimana pendapatan mahasiswa Universitas Tornojoyo Madura mempengaruhi *e-commerce* berdasarkan teori permintaan Keynes. Teori permintaan uang Keynes berpendapat bahwa pendapatan dianggap sebagai faktor penting yang mempengaruhi tingkat konsumsi. Oleh karena itu, peneliti disini akan melakukan riset yang berjudul "Pengaruh Pendapatan Dan Daya Tarik Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura Terhadap Transaksi *E-commerce* (Teori Permintaan Keynes)".

Penelitian ini melibatkan Universitas Trunojoyo Madura yang melibatkan mahasiswa sebagai studi kasus tentunya yang telah menggunakan transaksi *e-commerce*. Pada penelitian disini diharapkan mampu mengetahui apakah pola hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif dengan majunya *e-commerce* di Indonesia.

LANDASAN TEORI

Pendapatan

Memberikan barang dan jasa terhadap pelanggan dan menerima pembayaran adalah bagian pada kegiatan bisnis atau proses pengolahan data yang merupakan pengertian dari pendapatan. Pendapat dari Keynes menggambarkan pendapatan sebagai jumlah faktor produksi yang digunakan dan mengalami perubahan serta keterampilan masing-masing unit faktor produksi untuk memperoleh pendapatan.

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), penghasilan atau pendapatan didefinisikan sebagai hasil kerja (usaha dan lain-lain) yang merupakan definisi pendapatan secara keseluruhan. menurut kamus manajemen, pendapatan didefinisikan sebagai jumlah dana yang didapat oleh perseorangan, lembaga atau perusahaan berupa gaji, upah, bunga,

komisi, keuntungan dan sewa (Anwar & Setiawan, 2018).

Pendapat lain dari Niswongser, pendapatan adalah peningkatan penghasilan kotor pada modal pemilik yang diperoleh pada transaksi seperti menyewakan harta, menjual barang dan jasa, meminjam harta, dan semua bisnis profesional yang memiliki tujuan menghasilkan keuntungan. Dengan mempertimbangkan definisi sebelumnya, pendapatan dapat didefinisikan sebagai total aktiva tambahan yang diberikan perusahaan kepada konsumen melalui transaksi pertukaran barang dan jasa yang telah disepakati (Yusuf, 2022). Pendapatan merupakan total uang yang diperoleh dan diberikan terhadap subjek ekonomi sebagai perolehan terhadap kinerja yang disumbangkan, yaitu pendapatan dari bisnis atau karier seseorang dan pendapatan dari harta bendanya. Total pendapatan seseorang tergantung pada apa yang mereka lakukan (Aini & Mundir, 2020). Dari pengertian oleh para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh perorangan baik itu dari hasil kerja atau penghasilan lainnya.

Jenis-jenis pendapatan dibagi menjadi 2, antara lain pendapatan operasional dan non operasional (Khaeria et al., 2023) : 1) Pendapatan Operasional adalah pendapatan yang dihasilkan dari produk atau jasa, barang dagangan dalam jangka waktu tertentu yang menggambarkan aktivitas pertama perusahaan yang berkaitan langsung dengan menjalani pokok usaha. Selagi perusahaan melaksanakan kegiatan ini, perusahaan akan mendapatkan pendapatan yang bervariasi sesuai dengan bisnis dan tujuannya. Pendapatan operasional dibagi lagi menjadi dua bagian antara lain : 1) Pendapatan Kotor, merupakan total seluruh pendapatan yang diterima oleh perorangan atau perusahaan sebelum dikurangi potongan penjualan dan faktor return barang; 2) Pendapatan Bersih, merupakan hasil pendapatan dari barang atau jasa

sesudah dikurangi potongan penjualan dan faktor return barang. 2) Pendapatan Non Operasional merupakan pendapatan yang spontan diperoleh tanpa adanya aktivitas perniagaan. Pendapatan non operasional juga dibagi dua bagian, antara lain: 1) hasil sewa, yaitu sebuah hasil yang diperoleh sesudah menyewakan barang seperti menyewakan rumah; 2) bunga, yaitu sebuah hasil yang diperoleh setelah memberikan pinjaman uang kepada nasabahnya.

Daya Tarik Bertransaksi

Daya tarik atau kemenarikan merupakan kualitas yang memunculkan minat, keinginan, atau tarikan pada seseorang atau sesuatu. Sebagai seorang mahasiswa, dengan adanya *e-commerce* menjadikan peluang besar bagi semua orang untuk menjangkau barang-barang dari toko berbagai daerah yang ingin dimiliki atau dibeli. Ini juga membantu konsumen dalam berbelanja dengan jumlah yang banyak dan tanpa kesusahan untuk membawanya. Mahasiswa merasa tertarik untuk melakukan transaksi online karena itu memungkinkan untuk menghemat waktu dan tenaga dalam proses pembelian. Selain itu, daya tarik mahasiswa untuk bertransaksi di *e-commerce* juga dipengaruhi oleh kehidupan sosial sekarang yaitu ingin selalu berpenampilan menarik di publik dan selalu mengikuti trend yang selalu update. Barang-barang atau pakaian yang ditawarkan di *e-commerce* selalu membuat diri kita ingin memilikinya dan tidak ingin ketinggalan trending-trending terbaru. Sehingga daya tarik untuk bertransaksi tidak dapat terlepas, khususnya remaja generasi Z sekarang. Selain itu, konsumen atau mahasiswa juga pasti mempunyai pengalaman yang menyenangkan saat bertransaksi di *e-commerce* seperti barang yang sesuai dengan gambar di toko, harga yang relatif murah, respon toko yang sangat ramah dan juga banyaknya diskon yang ditawarkan (Pangestuti et al., 2023).

Akan tetapi dalam bertransaksi di *e-commerce* juga mempunyai kekurangan

yaitu adanya penipuan barang yang dipesan dengan yang dikirim itu tidak sesuai, misalnya memesan handphone iPhone tetapi yang dikirim adalah handphone android yang di modif seperti handphone iPhone. Hal ini juga harus diperhatikan saat kita bertransaksi di e-commerce, supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dan juga harus lebih memilih dan melihat toko mana yang lebih amanah dalam melayani pelanggannya.

Transaksi

Transaksi merupakan suatu keadaan atau peristiwa yang mempengaruhi faktor lingkungan hidup dan mempengaruhi kondisi keuangan. Dalam transaksi wajib disertai dengan bukti tertulis seperti invoice, dokumen penjualan, atau kwitansi yang disebut dengan bukti transaksi. Salah satu perbedaannya adalah sistem informasi akuntansi merupakan sistem informasi manajemen dan peristiwa yang mencakup faktor lingkungan apakah transaksi dalam sistem informasi akuntansi mempengaruhi posisi keuangan (Kholis & Amir Mu'allim, 2018).

Definisi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) transaksi merupakan persetujuan jual beli (dalam perdagangan) antara dua pihak, pelunasan (pemberesan) pembayaran (seperti dalam bank). Terdapat beberapa pengertian menurut para ahli yaitu menurut Skousen, transaksi merupakan peralihan barang dan jasa antara perorangan, lembaga atau kelompok dari kejadian lain yang berdampak ekonomi pada bisnis. Menurut Bastian, transaksi didefinisikan sebagai pertemuan kedua belah pihak yang sama-sama bermanfaat antara penjual dan pembeli di suatu tempat tertentu. Menurut Wiyono, transaksi merupakan suatu peristiwa ekonomi dimana ada dua belah pihak melaksanakan perpindahan mengaitkan diri dalam bisnis peminjaman dan sebagainya atas asas saling suka atau atas asas ketetapan hukum atau syariat yang masih aktif (Robinson, 2014). Dari definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan transaksi merupakan bentuk atau proses

jual beli antara dua belah pihak yang saling sepakat.

E-Commerce (Electronic Commerce)

Penggunaan internet telah berkembang menjadi aktivitas komersial seperti berbicara di internet dan mencari informasi. Vendor beralih untuk menjual barang mereka di dunia maya daripada di toko fisik. Istilah "perdagangan elektronik" mengacu pada jenis bisnis ini. *E-commerce*, menurut Munir Fuady, adalah suatu aktivitas komersial yang melibatkan penjual, konsumen, dan pelaku ekonomi dalam gaya transaksi elektronik yang menjual barang. Irmawati berpendapat, *e-commerce* merupakan Perdagangan elektronik, suatu sistem pemasaran yang menggunakan alat elektronik (Monica, 2021).

Definisi *e-commerce* menurut Triton "e-commerce merupakan perdagangan elektronik dimana bentuk transaksi perdagangan baik membeli ataupun menjual dilakukan melalui elektronik pada jaringan internet". Sedangkan menurut Siregat "e-commerce merupakan proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan computer" (Huda & Priyatna, 2019).

E-commerce adalah penjualan produk dan proses pembelian secara online oleh konsumen dan antar bisnis dengan menggunakan Handphone atau komputer sebagai mediator dalam transaksi komersial. Media yang dapat digunakan untuk kegiatan perdagangan elektronik ialah World Wide Web Internet. *E-commerce* biasanya diklasifikasikan menurut jenis transaksinya. Klasifikasi perdagangan elektronik dibagi menjadi bisnis-ke-bisnis (B2C), bisnis-ke-bisnis (B2B), konsumen-ke-konsumen (C2C), (P2P) peer-to-peer, dan (M- perdagangan) mobile commerce. E-commerce dalam penelitian ini termasuk kategori business-to-consumer (B2C), yang melibatkan transaksi online antar individu di internet melalui penyedia layanan e-commerce seperti Kaskus, Toko Bagus, dan sejenisnya. Termasuk penjualan ke

pembeli, pembelian, dan transaksi pemasaran. Proses transaksi e-commerce baik B2C maupun B2B melibatkan lembaga perbankan sebagai lembaga yang menangani transfer pembayaran transaksi (Gede et al., 2022).

Dalam sebuah transaksi, ada beberapa pihak yang berpartisipasi dalam transaksi jual beli secara elektronik, antara lain : 1) penjual atau produser merekomendasikan suatu produk melalui media sosial sebagai bisnisnya; 2) pembeli yaitu seseorang yang dibebaskan oleh undang-undang untuk melaksanakan transaksi jual beli barang yang ditawarkan oleh produsen pengusaha; 3) bank, menjadi pihak penyalur dana dari nasabah terhadap penjual; 4) provider sebagai fasilitator jasa pelayanan akses internet. Semua penjuror dari jual beli elektronik di atas, mempunyai hak dan kewajiban masing-masing. Sebagai penjuror yang menawarkan barang menggunakan media sosial, seorang produsen harus memberikan keterangan yang jujur dan benar tentang barang yang ditawarkan kepada pembeli. Selain itu, penjual diharuskan menawarkan produk yang diizinkan oleh undang-undang, yaitu produk yang tidak rusak atau cacat yang tidak diketahui konsumen lainnya (Sari, 2018).

Teori Permintaan Keynes

Keynes mengklasifikasikan motif spekulasi dan transaksi dalam teorinya terhadap permintaan akan uang. Seseorang membutuhkan uang untuk melakukan transaksi dan untuk berjaga-jaga. Selain itu, orang lebih suka menyimpan uang untuk spekulasi. Dalam kasus ini, seseorang berusaha menghasilkan lebih banyak uang dengan menggabungkan kekayaan lainnya. Ide utama Keynes adalah keinginan untuk membangun Teori Umum (Nurfauziah, 2023).

Dalam terminologi moneter, uang dianggap sebagai unit hitung, penyimpan nilai dan alat tukar. Teori kepentingan, peran investasi dalam menentukan kesempatan kerja. Dari segi psikologis, irasionalitas yang mengakibatkan

instabilitas. Elemen-elemen inilah yang dimasukkan Keynes ke dalam makroekonomi dan dirangkum dalam bukunya, *The General Theory of Employment Interest Money*. Menurut Keynes, tidak ada intervensi pemerintah terhadap mekanisme pasar. Sumber daya dialokasikan dan modal manusia bersifat *homoeconomicus*. Sistem suku bunga adalah metode untuk meningkatkan kesetaraan tabungan dan investasi guna meningkatkan konsumsi di masa depan. Perusahaan yang dimaksud yaitu gabungan unit usaha yang persis atau menyediakan jasa serupa (Hasoloan, 2014).

Pada teori Keynes, beliau menjelaskan sebagian alasan, seperti mengapa seseorang mempunyai keinginan untuk meminta, mengapa tingkat bunga ditetapkan, dan bagaimana hasil penawaran uang berubah. Ada beberapa motif utama terkait dengan hal ini, seperti motif berjaga-jaga, motif transaksi dan motif spekulasi. Karena biaya seringkali mengedepankan pendapatan, individu atau lembaga membutuhkan uang tunai untuk memberi dana transaksi dan biasanya biaya ini berulang kali tidak terduga (Maulani et al., 2023). Fokus pada teori ekonomi Keynesian adalah aktivitas ekonomi secara keseluruhan dan bagaimana kejadian tersebut mempengaruhi inflasi, pembuatan dan situasi kerja. Pada tahun 1930-an, ekonom Inggris John Maynard Keynes mengusulkan teori ini sebagai metode untuk memahami penurunan besar. Teori Keynes bertentangan dengan teori klasik tentang ekonomi, yang mengatakan bahwa prosedur ekonomi, dimulai dari determinasi harga pasar sampai determinasi permintaan dan penawaran, diharuskan berjalan begitu dengan semestinya.

Terdapat poin-poin penting pada teori Keynesian antara lain : 1) Permintaan Agregat. Berdasarkan teori Keynes, permintaan agregat memainkan peran berpengaruh dalam pengembangan ekonomi. Model Keynesian menyatakan bahwa pemerintah dapat mengembangkn

hasil dan keadaan pasar tenaga kerja dengan melaksanakan pelunasan agregat melewati pemakaian pasar keuangan dan uang; 2) Kebijakan Fiskal. Menurut teori Keynes, Pemerintah diharuskan memperoleh kebijakan fiskal supaya memperlambat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan ambang batas pinjaman agregat; 3) Kebijakan Moneter. Menurut teori Keynes harus menekankan kebijakan moneter dalam mengatur semua masalah ekonomi. Investasi dan perdagangan saham dapat dengan cepat dan efektif meningkatkan output karena perubahan dalam dunia uang; 4) Pemerintah. Pada teori ini memfokuskan terhadap bagian eksklusif agar aktif terbawa pada ekonomi kebijakan supaya menumbuhkan permintaan suatu massa dan meminimkan proses ekonomi (Meiriza et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, metode penelitian yang akan dilakukan dengan mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang diteliti.

Informasi Penelitian

Informasi sebagai sumber informasi bagi peneliti, pada saat pengumpulan data haruslah yang mengetahui segala hal yang ingin peneliti ketahui dalam pelaksanaan penelitian. Informan adalah orang yang berada dalam lingkungan penelitian yang diharapkan dapat memberikan data atau informasi mengenai kondisi dan situasi dari latar penelitian. Adapun yang akan menjadi kunci informan pada penelitian ini ialah pihak dari mahasiswa dan mahasiswi universitas Trunojoyo Madura.

Adapun penelitian berjalan selama 3 bulan dimulai dari Februari sampai dengan Mei. Lokasi yang akan diambil sebagai tempat penelitian adalah universitas Trunojoyo Madura Jl. Raya Telang, Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur.

Sumber Data

Data sebagai bagian terpenting dalam penelitian, memiliki berbagai jenis yang bila dilihat dari sumbernya terbagi menjadi dua bagian, yaitu: Data primer dan Data Sekunder. Data primer ialah pengumpulan data yang dikumpulkan secara langsung oleh individu atau kelompok dari subjek penelitian untuk tujuan studi, seperti melalui wawancara, observasi (Helmi & Lutfi, 2021). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti tidak secara langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulis. Data sekunder adalah sekumpulan informasi yang telah ada sebelumnya dan digunakan sebagai pelengkap kebutuhan data penelitian (Sarjana, 2023).

Sumber data menggunakan data primer yaitu dengan kuesioner yang disebarkan kepada responden sekaligus digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, kami mengaplikasikan kuisisioner tertutup yaitu metode mengumpulkan data menggunakan daftar pertanyaan atau angket dan pilihan jawaban yang sudah ditentukan. Responden hanya menandai salah satu jawaban sesuai dengan keyakinannya atau yang dianggap benar (Bahri & dkk, 2022). Sedangkan data sekunder berasal dari artikel, jurnal dan website. Dalam penelitian yang dilakukan ini adalah mahasiswa di Universitas Trunojoyo Madura adalah sebanyak 30 orang.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Pada penelitian, metode pengumpulan data mengaplikasikan kuisisioner, yang merupakan daftar pernyataan tertulis yang disusun dengan tujuan untuk mengumpulkan data dari tanggapan responden. Pada penelitian ini, skala Likert dipergunakan sebagai mengukur tentang fenomena sosial dari sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Skala ini memiliki skor minimal satu dan skor

maksimal empat. Hal ini karena kita mengetahui secara pasti apakah

responden cenderung setuju atau tidak setuju dengan jawabannya.

Tabel 1. Skor Jawaban

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Data Diolah, 2024

Analisis Validitas dan Reabilitas menjadi metode analisis ini. Uji validitas menentukan validitas alat ukur valid atau tidak valid. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner merupakan alat ukur yang dimaksud. Sedangkan reabilitas merupakan indikator yang menunjukkan seberapa dapat diandalkan atau dapat dipercaya seseorang. Alat ukur dapat dianggap reabel apabila hasilnya konsisten meskipun diukur berulang kali. Pada penelitian ini, data-data dianalisis menggunakan aplikasi pengolahan statistic yaitu SPSS versi 23(Janna & Herianto, 2021).

2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normlitas, Uji Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas)

Uji normalitas K-S (Kolmogorov-Smirnov) digunakan dalam menguji normalitas pada penelitian ini, dengan ketentuan pengambilan keputusan antara lain: 1) jika Kolmogorov Smirnov (2-tailed) (sig.) $> 0,05$ artinya data terdistribusi normal. 2) Sebaliknya, Jika Kolmogorov Smirnov (2-tailed) (sig.) $< 0,05$ artinya data terdistribusi tidak normal. Dalam uji multikolinearitas apabila nilai variabel faktor inflasi VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0.1 , hal ini menunjukkan tidak ada hubungan satu sama lain antara variabel bebas dalam penelitian ini. Artinya, dala penelitian ini tidak terjadi gejala

multikolinearitas. Pada uji heteroskedastisitas, adapun cara untuk mencarinya yaitu dengan cara menggunakan uji glejser. Jika probabilitas sig dari masing-masing variabel bebas nilanya $> 0,05$ maka dapat dikategorikan regresi bebas dari heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Melalui pengambilan keputusan menggunakan uji T, uji F dan uji koefisien determinasi R^2 (Muttaqin & Kusumawati, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden Berdasarkan Kuisisioner (popoulasi dan sampel)

Kuisisioner yang digunakan ialah skala likert, yang merupakan skala yang biasanya dipergunakan untuk mengukur tanggapan, perilaku, pandangan dan persepsi seseorang terhadap suatu peristiwa. Terdapat sepuluh (10) pernyataan dalam kuisisioner yang digunakan untuk membahas faktor-faktor pengaruh pendapatan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura.

Adapun mahasiswa yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Universitas Trunojoyo Madura. Sampel dalam penelitian ini ialah mahasiswa semester dua sampai enam dengan ukuran sampel yang dapat digunakan pada penelitian yaitu 30 responden dengan 10 pernyataan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Berikut adalah beberapa indikator pernyataan dari kuisisioner.

Tabel 2. Rekapitulasi Kuisisioner

No	Indikator	Keterangan
1	Kemudahan transaksi	TS=2 S=14 SS=14 STS=0
2	Permintaan Uang	TS=2 S=16 SS=12 ST = 0
3	Pembayaran kredit	TS=6 S=15 SS=9 STS=0
4	Pembayaran transfer	TS=3 S=19 SS=18 STS=0
5	Pengaruh transaksi	TS=4 S=18 SS=8 STS=0
6	Keputusan transaksi	TS=6 S=18 SS=6 STS=0
7	Pemilihan Produk	TS=3 S=22 SS=5 STS=0
8	Permintaan Barang	TS= 2 S=24 SS=4 STS=0
9	Jumlah pembelian	TS= 3 S=19 SS=7 STS=1
10	Harga diskon	TS= 2 S=15 SS=13 STS= 0

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil Uji Validitas

Uji Validitas berdasarkan pengertian dari para pakar metode penelitian sebagai *“the degree to which it measures what it is supposed to measure”*. Yang artinya validitas pada penelitian berkaitan dengan sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur (Budiyastuti & Bandur, 2018). Uji validitas survei dikatakan valid apabila setiap item

pertanyaan yang dimasukkan ke dalam survei dapat digunakan sebagai mediator yang menjelaskan dan menemukan apa yang diukur melalui survei. Kemudian apabila nilai r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel maka survei tersebut dapat dinyatakan valid pada tingkat signifikansi 5%. Setelah data diolah dengan SPSS Versi 23, berikut ini adalah rekapitulasi uji validitas pernyataan pada kuisisioner:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Transaksi di E-Commerce (Y)	Pembayaran Kredit	0.750	0.361	Valid
2		Pembayaran Transfer	0.663	0.361	Valid
3		Pemilihan Produk	0.803	0.361	Valid
4		Permintaan Barang	0.719	0.361	Valid
5	Pendapatan Mahasiswa (X1)	Permintaan Uang	0.832	0.361	Valid
6		Pengaruh Transaksi	0.841	0.361	Valid
7		Keputusan Transaksi	0.711	0.361	Valid
8	Daya Tarik Mahasiswa (X2)	Kemudahan Transaksi	0.732	0.361	Valid
9		Jumlah Pembelian	0.713	0.361	Valid
10		Harga Diskon	0.791	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel hasil uji validitas di atas, seluruh pernyataan menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut valid.

Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan suatu tes untuk mengukur atau melihat sesuatu yang menjadi objek ukur. Sebuah tes dapat dikatakan mempunyai reabilitas yang tinggi jika tes tersebut bisa memberikan hasil yang konsisten (Widodo et al., 2023).

Uji reliabilitas instrumen digunakan untuk mengevaluasi kredibilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara analisis Alpha Cronbach. Apabila suatu variabel nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60, variabel tersebut

dapat dianggap konsisten atau reliabel dari segi metriknya (Dewi & Sudaryanto, 2020). Kemudian, Setelah data diolah menggunakan SPSS versi 23, berikut merupakan hasil uji reabilitas pada kuesioner Pengaruh Pendapatan Mahasiswa UTM Terhadap Transaksi *E-Commerce*.

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (CA)	N of items	Batas CA	Keterangan
Pendapatan Mahasiswa (X1)	0.695	3	0.60	Reliabel
Daya Tarik Mahasiswa (X2)	0.598	3	0.60	Reliabel
Transaksi <i>E-Commerce</i> (Y)	0.700	4	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan uji reabilitas kuesioner yang diolah terhadap penelitian ini menggunakan SPSS versi 23 diperoleh semua variabel independen mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.60. Dalam kasus lain, nilai kuesioner harus dibandingkan dengan nilai reliabilitas yang sudah diakui sebelumnya. Berdasarkan ketentuan nilai Alpha Cronbach > 0.60 dan tabel kriteria reliabilitas. Dapat disimpulkan kuesioner Pengaruh Pendapatan dan Daya Tarik Mahasiswa UTM Terhadap Transaksi *E-Commerce* Teori Permintaan Keynes yang diteliti oleh peneliti adalah reliabel atau konsiten.

Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan salah satu uji yang dilaksanakan yang bertujuan untuk menilai perluasan data terhadap kelompok data atau variabel, apakah perluasan data tersebut berdistribusi normal atau tidak normal (Fahmeyzan et al., 2018). Hal ini bisa dilihat dari kriteria pengujian, apabila nilai sig (2-tailed) > 0,05 artinya data tersebut berdistribusi normal. Jika nilai sig (2-tailed) < 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut adalah tabel hasil uji normalitas.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
Unstandardized Residual	0,05	0,200	Normal

Sumber : Data diolah, 2024

Dari tabel di atas, hasil uji normalitas menggunakan K-S diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) diperoleh hasil 0,200 lebih besar (>) dari 0,05 yang artinya data tersebut berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan dalam menguji hubungan antar variabel

independen dalam model regresi dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel yang lain. Adanya gejala dalam multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF), apabila nilai tolerance > 0,1 dan VIF < 10 artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas (Muhidin & Situngkir,

2023). Berikut tabel hasil dari uji multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			Tidak terjadi multikolinearitas
Pendapatan Mahasiswa	0.699	1.430	
Daya Traik Mahasiswa	0.699	1.430	

Sumber : Data diolah, 2024

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari dua variabel lebih besar ($>$) dari 0,1 dan nilai VIF kurang ($<$) dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas dan syarat regresi terpenuhi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas harus dilakukan agar dapat diketahui apakah

terdapat penyimpangan dari bermacam persyaratan anggapan klasik di regresi linear, cara agar menemukannya dengan melakukan uji gletser. Apabila nilai probabilitas sig dari masing-masing variabel lebih besar ($>$) dari 0,05 artinya regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas (Fatimah & Nurtantiono, 2022).

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig. Kritis	Sig.	Keterangan
Pendapatan Mahasiswa	0,05	0.150	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Daya Tarik Mahasiswa	0,05	0.170	

Sumber : Data diolah, 2024

Dari hasil uji heteroskedastisitas di atas yang menggunakan uji gletser, menunjukkan bahwa semua variabel nilainya lebih besar ($>$) dari 0,05 yang artinya data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Penelitian pada Uji T secara parsial dilakukan untuk mengetahui dan menunjukkan pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Terdapat tingkat signifikansi (sig) 5%, t tabel $n-k-1(30-2-1=27)$ (1.703). berikut tabel hasil dari uji T secara parsial.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.410	1.753		3.086	.005
PendapatanMahasiswa	-.090	.184	-.082	-.488	.630
DayaTarikMahasiswa	.854	.198	.725	4.312	.000

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel uji T secara parsial di atas, dapat disimpulkan bahwa :

1. Pendapatan mahasiswa memiliki hasil nilai $t_{hitung} -0,488 < t_{tabel} 1.703$ atau $sig\ 0,630 > 0,05$, dengan kesimpulan H_0 diterima H_1 ditolak, maka dari hasil tersebut menunjukkan tidak ada pengaruh signifikansi terhadap transaksi *E-Commerce* yang disebabkan oleh pendapatan mahasiswa.
2. Daya tarik mahasiswa memiliki nilai $t_{hitung} 4.312 > t_{tabel} 1.703$ atau $sig\ 0,000 < 0,05$, dengan kesimpulan H_0 ditolak

H_2 diterima, maka dari hasil tersebut menunjukkan bahwa transaksi *E-Commerce* dipengaruhi oleh Daya tarik mahasiswa secara signifikansi.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dalam penelitian digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikat. Terdapat tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan rumus $f(k:n-k)(30-2=28)$ dan dihasilkan 3.34 sebagai acuan pengambilan keputusan. Berikut adalah hasil dari Uji F.

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.036	2	19.018	11.814	.000 ^b
	Residual	43.464	27	1.610		
	Total	81.500	29			

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil Uji F di atas nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Variabel Y yaitu sebesar $0.000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 11.814 > F_{tabel} 3.34$, maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama atau simultan variabel pendapatan mahasiswa dan daya tarik

mahasiswa memiliki pengaruh terhadap transaksi di *e-commerce* secara signifikan.

Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Tujuan dari uji koefisien determinan ialah supaya mengetahui besarnya presentase variasi berpengaruhnya variabel independen terhadap dependen. Berikut tabel hasil uji koefisien determinan.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary			
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.683 ^a	.467	.427	1.269

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinan (R²) di atas, menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu pendapatan mahasiswa dan daya tarik mahasiswa mampu memberikan kontribusi sebesar 46,7% kepada variabel terikat Transaksi *E-Commerce*, sedangkan sisanya yaitu 53.3% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pembahasan Pendapatan Mahasiswa Memiliki Pengaruh Terhadap Transaksi di *E- Commerce*

Mahasiswa bukan angkatan kerja, mereka merupakan mahasiswa yang bersekolah dan mendapatkan uang, jadi mereka tidak memiliki pendapatan tetap. Pendapatan mahasiswa berasal dari uang saku bulanan atau mingguan yang diberikan orang tua mereka. Bagi mahasiswa yang kuliahnya dibarengi dengan bekerja untuk orang lain, mahasiswa yang mendapatkan uang dari magang, atau mahasiswa yang menjadi pengusaha sejak masih pelajar, Selain itu, mahasiswa dapat menggunakan beasiswa sebagai sumber pendapatan tambahan. Beasiswa adalah tunjangan yang diberikan kepada siswa atau mahasiswa untuk membantu mereka membiayai pendidikan mereka (Afifah, 2020).

Hasil uji T secara parsial terhadap transaksi *E-Commerce* tidak dipengaruhi oleh pendapatan mahasiswa secara signifikansi. Hal ini terjadi karena tidak semua pendapatan dari mahasiswa sepenuhnya digunakan untuk bertransaksi di *E-Commerce*, akan tetapi juga digunakan untuk kebutuhan lainnya seperti makan dan minum, kebutuhan kuliah maupun kebutuhan yang mendesak. Banyak mahasiswa juga memanfaatkan pendapatannya untuk kebutuhan organisasi, terlebih juga untuk mahasiswa akhir yang

banyak pengeluarannya untuk menyelesaikan tugas akhirnya. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa memprioritaskan pendapatannya untuk bertransaksi di *E-Commerce* melainkan lebih mengutamakan kebutuhan yang harus didahulukan atau kebutuhan yang mendesak.

Hasil penelitian ini bertimbal balik dengan penelitian yang diteliti oleh Yolania Monica dengan judul penelitian “Pengaruh Pendapatan dan kemudahan Tranksaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi Di *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)”(Monica, 2021). Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa bertransaksi di *E-Commerce* dipengaruhi oleh variabel pendapatan mahasiswa secara signifikan.

Pembahasan Daya Tarik Mahasiswa Memiliki Pengaruh Terhadap Transaksi di *E- Commerce*

Daya tarik mahasiswa akan bertransaksi di *E-Commerce* dipengaruhi oleh penyajian fitur-fitur yang menarik sehingga konsumen khususnya mahasiswa tertarik untuk bertransaksi di *e-commerce*. Kualitas layanan, citra merek, dan harga memengaruhi kepercayaan produk, yang memengaruhi keputusan pembelian. Strategi untuk menarik pelanggan melalui kesediaan fitur yang lengkap, deskripsi produk yang jelas, kemudahan klaim, promosi, dan privasi (Hasibuan et al., 2023).

Hasil uji T secara parsial pada variabel Daya Tarik Mahasiswa mendapatkan hasil berpengaruh terhadap bertransaksi di *E-Commerce*. Hal ini dikarenakan mahasiswa dipengaruhi oleh fitur-fitur yang ada di *E-Commerce*, harga

diskon besar-besaran dan juga banyaknya mahasiswa generasi Z yang lebih mementingkan penampilannya, sehingga saat ada trending terbaru mereka akan mengikuti trend tersebut. Selain itu, mahasiswa juga ingin menunjukkan gaya hidup sosialnya di publik, sehingga cenderung membeli barang-barang yang bermerek.

Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Eva Ayu Maulidiah yang berjudul “Analisis Pembelian Mahasiswa Pada *E-Commerce* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Pengguna *E-Commerce* di Universitas Jember)” (Maulidiah, 2022). Peneliti menyebutkan bahwa mahasiswa termasuk kelompok konsumen yang mudah terpengaruh dengan iklan maupun ajakan teman untuk bertransaksi di *e-commerce* dan mahasiswa kebanyakan bersifat labil sehingga banyak yang dipengaruhi budaya konsumerisme.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini, kami menyelidiki pengaruh pendapatan mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura terhadap transaksi *e-commerce* dengan menggunakan teori permintaan Keynes. Metode yang kami gunakan adalah validitas reabilitas dengan melibatkan 30 responden. Dari seluruh jumlah pernyataan terkait indikator Kemudahan transaksi, Permintaan Barang, Pembayaran kredit, Pembayaran transfer, Pengaruh transaksi, Keputusan transaksi, Pemilihan, Produk, Permintaan Uang, Jumlah pembelian, Harga diskon semua indikator ini valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan mahasiswa memiliki dampak signifikan terhadap transaksi *e-commerce*. Temuan ini konsisten dengan teori permintaan Keynes yang menekankan pentingnya pendapatan dalam mempengaruhi keputusan konsumen.

Pada variabel pendapatan mahasiswa, hasil pada Uji T secara parsial menunjukkan bahwa bertransaksi di *e-commerce* tidak dipengaruhi oleh

pendapatan mahasiswa secara signifikan. Hal ini terjadi karena pendapatan mahasiswa tidak hanya digunakan untuk berbelanja (*shooping*), melainkan juga digunakan untuk memenuhi kebutuhannya yang harus diutamakan seperti makan dan minum, dan kebutuhan kuliahnya. Selain itu pada variabel daya tarik mahasiswa hasil pada uji T ini menunjukkan hasil yang berbeda. bahwasannya, bertransaksi di *e-commerce* dipengaruhi oleh daya tarik mahasiswa secara signifikan untuk bertransaksi di aplikasi tersebut. Dikarenakan mahasiswa generasi Z yang selalu ingin mengikuti trending yang selalu update di media sosial, sehingga banyak mahasiswa yang berbelanja untuk memenuhi keinginannya. Selain itu, mahasiswa juga dipengaruhi oleh fitur-fitur yang ditawarkan seperti harga yang murah dan diskon besar-besaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. S. N. (2020). Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). *Skripsi*, 21.
- Ahdiat, A. (2024). *5 E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Sepanjang 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/10/5-e-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-sepanjang-2023>
- Aini, N., & Mundir, A. (2020). Pengelolaan Zakat, Infaq dan Sedekah dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Pelaku UMKM di BAZNAS Kota Pasuruan. *Malia: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 100.
- Anwar, K., & Setiawan, H. (2018). Analisis Perbandingan Pendapatan Buruh Harian Tetap Dengan Buruh Harian Lepas dan Pengaruhnya Terhadap Kesejahteraan Keluarga Buruh Perkebunan Kelapa Sawit di Kota Subulussalam. *Jurnal Ekonomi*

- Pertanian Unimal*, 01(01), 74.
- Bahri, A. F., & dkk. (2022). *Evaluasi Program Pendidikan* (C. Wijaya & N. K. Daulay (eds.); 1st ed.). Umsu press.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS. In *Metode Penelitian Pendidikan Matematika*. Mitra Wacana Media.
- Chalisa, D. (2021). SKRIPSI PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh). In *UIN Ar-Raniry Banda Aceh*.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. *Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020*, 75.
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etny, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 32.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 109.
- Gede, P., Cipta Nugraha, S., Putu, I., Indrawan, Y., Kadek, I., & Asmarajaya, A. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Website (Studi Kasus Toko Komputer Di Denpasar). *INSERT: Information System and Emerging Technology Journal*, 3(1), 54.
- Hasibuan, Z. A., Sugianto, & Syarbaini, A. M. B. (2023). Perubahan Gaya Hidup Pengguna e-commerce dalam Daya Beli Dikalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(1), 206.
- Hasoloan, J. (2014). *Ekonomi Moneter* (1st ed.). Deepublish.
- Helmi, S., & Lutfi, M. (2021). *Analisis data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis* (3rd ed., Issue January 2014). USU Press.
- Huda, B., & Priyatna, B. (2019). Penggunaan Aplikasi Content Management System (CMS) Untuk Pengembangan Bisnis Berbasis E-commerce. *Systematics*, 1(2). <https://doi.org/10.35706/sys.v1i2.2076>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 10–11.
- Khaeria, A. N., Luh Putu Tirta Murthi, N., Putra Triadji, T., & Yoan Nurotul Azizah, C. (2023). Pendapatan dan Beban. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2).
- Kholis, N., & Amir Mu'allim. (2018). *Transaksi Dalam Ekonomi Islam* (1st ed.). Program Pascasarjana FIAI Universitas Islam Indonesia.
- Maulani, P. N., Oktavia, R., Islamy, U. A., & Hidayat, F. (2023). Konsep dan Teori Uang dalam Perspektif Islam. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Manajemen*, 2(3).
- Maulidiah, E. A. (2022). Analisis Pembelian Mahasiswa Pada E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Pengguna E-Commerce di Universitas Jember). *Skripsi*, 3.
- Meiriza, M. S., Sinaga, D. L., Tinambunan, F. U., & Saragi, S. L. (2024). Teori Ekonomi Keynesian Mengenai Inflasi dan Pengaruhnya Terhadap Ekonomi Modern. *Journal Of Social Science Research*, 4.
- Monica, Y. (2021). Pengaruh Pendapatan dan Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Pengeluaran Konsumsi di E-

- commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah*, 11.
- Muhidin, & Situngkir, T. L. (2023). Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015 - 2021. *Journal of Islamic Education Management*, 3(1), 20–21.
- Muttaqin, I., & Kusumawati, F. (2024). Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uji Sertifikasi Teknisi Akuntansi. *Jurnal PETA*, 9(1), 11. <https://journal.stieken.ac.id/index.php/peta/article/view/778/745>
- Nurfauziah, T. (2023). Motif Memegang Uang Perspektif Teori Keynes. *Apssai Accounting Review*, 3(2), 217. <https://doi.org/10.26418/apssai.v3i2.80>
- Nurlinda, R. ., & Yuliyani, A. (2021). Analisis Perbedaan Perilaku Impulse Buying Berdasarkan Gender Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 12(02), 136. <https://doi.org/10.47007/jeko.v12i02.4170>
- Pangestuti, K. D., Maghfiroh, Z., & Huda, M. S. (2023). Eksistensi Jual Beli Online Sebagai Daya Tarik Masyarakat Dalam Perspektif Hadis. *Journal The Ushuluddin International Student Conference*, 1(2), 133.
- Robinson. (2014). Dekonstruksi Makna Transaksi Dalam Akuntansi: Suatu Pendekatan Idealisme Syariah Islam. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2). <https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i2.5265>
- Sari, R. P. (2018). Kebijakan perpajakan atas transaksi e-commerce. *Akuntabel*, 15(1). <https://doi.org/10.29264/jakt.v15i1.2889>
- Sarjana, N. (2023). *Definisi Data Sekunder dan Cara Memperolehnya*. (DetikEdu). <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya>
- Statista. (2024). *Number of users of e-commerce in Indonesia from 2020 to 2029*. Statista Research Department. <https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metode Penelitian* (1st ed.). CV Science Techno Direct.
- Yusuf, M. (2022). Pengaruh Electronic Commerce (E- Commerce) Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara. *Jurnal Akuntansi STEI*, 05(01), 21.