

## ABSTRACT

*The aim of the research is to investigate the influence of mobile banking usage toward the students' consumptive behavior level in online shopping that can be used as a source of information or scientific references and it is able to provide a control group of students, especially students who tend to have consumptive behavior in using a technology. The research type is quantitative. The type of data in this study using primary data source collected from the questionnaire distribution with random sampling. The samples were 100 respondents of Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (FEB UMY) were selected based on the formula calculation of the amount of sample using methods slovin. The data were then analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) while Smart-PLS3.0 application was utilized to test the hypotheses. The results of the research show that mobile banking usage has influence toward the students' consumptive behavior level in online shopping. The variable mentioned has positive and significant influence on coefficient value obtained (original sample) of 0,463; the T-statistic value of 8,414; and p-value of 0.00. There are the ease of transaction, effectiveness, flexibility, and the ease of mobile banking usage adoption contributing to 21.5 percent toward the students' consumptive behavior which tend to have high intensity in online shopping and are interested to promos offered by the seller even though the products are not needed.*

**Keywords:** *Mobile Banking, Consumptive Behavior, Online Shopping*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan Mobile Banking terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja online yang dapat digunakan sebagai sumber informasi atau referensi ilmiah serta mampu memberikan kontrol kelompok mahasiswa terutama mahasiswa yang cenderung berpotensi berperilaku konsumtif dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik random sampling. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden mahasiswa FEB UMY yang dipilih berdasarkan rumus perhitungan jumlah sampel penelitian dengan menggunakan metode *slovin*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dan untuk menguji hipotesis menggunakan aplikasi Smart-PLS 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *Mobile Banking* memiliki pengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa dalam belanja *online*. Variabel tersebut memiliki pengaruh yang positif secara signifikan dengan perolehan nilai koefisien (original sampel) sebesar 0,463; nilai T-statistik sebesar 8,414; dan nilai P-value sebesar 0,00. Adanya kemudahan bertransaksi, efektivitas, fleksibilitas dan kemudahan penggunaan dalam mengadopsi *Mobile Banking* memberikan sumbangan sebesar 21,5 persen terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang cenderung memiliki intensitas belanja *online* yang tinggi dan tertarik dengan promo yang diberikan penjual walaupun produk tersebut tidak dibutuhkan.

**Kata Kunci:** *Mobile Banking*, Perilaku Konsumtif, Belanja *Online*.