

## ABSTRAK

**Nadya Dwi Lestari (1209220056) : Pengaruh Penggunaan *Digital Payment System* dan *E-Commerce* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung)**

Teknologi modern berkembang pesat untuk meningkatkan dan memudahkan kehidupan masyarakat di era digital, termasuk melalui sistem pembayaran non-tunai. Dengan diperkenalkannya pembayaran digital, kemudahan melakukan pembelian dengan menggunakan aplikasi belanja *online* juga semakin meningkat. Kemudahan yang diberikan baik dari *digital payment system* maupun *e-commerce* dapat menimbulkan adanya perilaku konsumtif seseorang. Oleh karena itu, religiusitas menjadi suatu upaya untuk mengurangi kemungkinan terbentuknya perilaku pembelanjaan secara impulsif.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *digital payment system* dan *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan religiusitas sebagai variabel moderasi.

Pertumbuhan teknologi ini didorong oleh penerimaan individu terhadap teknologi, sebagaimana dijelaskan oleh *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap suatu teknologi memengaruhi minatnya untuk menggunakan atau mengadopsinya.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner. Pengumpulan data dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh 180 responden, dimana responden merupakan mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2020-2021 yang sedang/pernah menggunakan *digital payment system* dan *e-commerce*. Penelitian ini dianalisis menggunakan *Structural Equation Model-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *digital payment system* ( $X_1$ ) tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif ( $Y$ ). Adapun untuk variabel *e-commerce* ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif ( $Y$ ). Sedangkan untuk variabel religiusitas ( $Z$ ) tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel *digital payment system* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan variabel religiusitas ( $Z$ ) juga tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

**Kata kunci : *digital payment system*, *e-commerce*, perilaku konsumtif, religiusitas**