

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan *digital payment*, gaya hidup, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini membahas perilaku konsumtif di Kota Semarang karena tingkat pengguna internet di Kota Semarang tergolong tinggi di wilayah Jawa Tengah. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021-2022 mengalami peningkatan sebesar 3,32% dari tahun 2019-2020 yaitu sebesar 77,02% atau 272.682.600 jiwa. Hal tersebut sebanding dengan meningkatnya pengguna *e-commerce* yang berpengaruh terhadap meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat muslim Kota Semarang dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam analisis pengaruh perilaku konsumtif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 29. Responden ditentukan melalui teknik *purposive sampling* untuk mendapatkan responden masyarakat muslim Kota Semarang yang memiliki pekerjaan dan penghasilan.

Hasil penelitian menunjukkan kemudahan penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Kota Semarang. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Kota Semarang. Religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Kota Semarang.

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, kemudahan penggunaan *digital payment*, gaya hidup, religiusitas

SEMARANG
FEB UNDIP