

THE EFFECT OF DISCOUNT VOUCHERS ON THE IMPULSIVE BEHAVIOR AND FINANCIAL MANAGEMENT OF REGIONAL STUDENTS

Arie Citra Mardiana¹ , Daris Hikmah^{2*}

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

arie.23104@mhs.unesa.ac.id¹, daris.23015@mhs.unesa.ac.id²

**Corresponding author*

Received December 17, 2024; Revised December 21, 2024; Accepted December 27, 2024; Published December 27, 2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yakni untuk mengulik bahwa masih banyak mahasiswa rantau yang memiliki sikap impulsif terhadap pembelian makanan secara online hanya karena tertarik oleh voucher diskon yang disediakan oleh aplikasi e-commerce dan mengakibatkan manajemen keuangan menjadi kurang maksimal. Metode yang diterapkan peneliti adalah pendekatan kuantitatif dengan kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa rantau dan menggunakan aplikasi e-commerce makanan. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 101 responden. Untuk menganalisis data, peneliti menerapkan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, serta uji hipotesis dengan menerapkan teknik Multivariat Analysis of Variance (MANOVA). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengungkapkan bahwa voucher diskon memengaruhi perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa yang merantau. Pengungkapan ini terlihat pada hasil akhir Uji Multivariat dengan nilai Sig. < 0,05, serta pada Uji Signifikansi Univariat untuk perilaku impulsif dan manajemen keuangan yang menunjukkan nilai Sig. < 0,05.

Kata Kunci : Mahasiswa rantau, voucher diskon, perilaku impulsif, manajemen keuangan

ABSTRACT

The purpose of this research is to explore that there are still many regional students who have an impulsive attitude towards buying food online just because they are attracted by discount vouchers provided by e-commerce applications and result in financial management being less than optimal. The method applied by the researcher is a quantitative approach with questionnaires distributed to regional students and using food e-commerce applications. The number of respondents in this study was 101 respondents. To analyze the data, the researcher applied validity tests, reliability tests, normality tests, and hypothesis tests by applying the Multivariate Analysis Of Variance (MANOVA) technique. Based on the research that has been conducted, researchers revealed that discount vouchers affect impulsive behavior and financial management of students who travel. This disclosure can be seen in the final results of the Multivariate Test with a value of Sig. < 0.05, as well as in the Univariate Significance Test for impulsive behavior and financial management which shows a value of Sig. < 0.05.

Keywords : Regional students, discount vouchers, impulsive behavior, financial management

PENDAHULUAN

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi, khususnya dalam bidang internet, memberikan dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan (Yestasari, & Nengsih, 2024). Salah satu perubahan yang signifikan adalah adanya aplikasi e-commerce di bidang makanan. E-commerce adalah tempat yang mengarah pada transaksi jual beli produk dan layanan yang dapat dilakukan melalui perangkat elektronik dengan melibatkan jaringan internet (Ningtias, et al., 2024). Dalam perubahan tersebut



merupakan salah satu bentuk inovasi yang dibuat untuk memudahkan kegiatan perekonomian. Inovasi yang digunakan dalam e-commerce ini dapat membantu memudahkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Yelta & Yamini, 2023). Sebagai contoh, aktivitas jual beli dapat dilakukan dengan sistem daring melalui berbagai e-commerce yang menyediakan fitur kirim cepat, beragam pilihan makanan, dan voucher diskon yang menarik. Sehingga hal tersebut yang dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian melalui berbagai aplikasi e-commerce, khususnya pada kalangan mahasiswa rantau.

Mahasiswa rantau, yang jauh dari keluarganya sering menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Dengan keterbatasan waktu akibat kesibukan dalam hal akademik, serta kurangnya fasilitas memasak, yang menimbulkan kecenderungan pada aplikasi e-commerce makanan untuk membeli makan. Selain itu, penggunaan aplikasi e-commerce makanan ini dapat memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan makan mereka dan juga akan voucher diskon yang ada pada aplikasi tersebut dapat menarik perhatian mahasiswa rantau. Dalam hal ini khususnya mahasiswa cenderung berlebihan dalam membeli makanan secara online (Ariyani, et al., 2023). Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan memiliki beberapa pertimbangan seperti diskon untuk melakukan pembelian produk secara online (Razali, et al., 2022). Namun, kehadiran voucher diskon dalam aplikasi ini dapat memicu perilaku pembelian secara impulsif. Pembelian impulsive merupakan pola perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian suatu produk tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu (Yahmini, 2019). Voucher diskon pada aplikasi e-commerce makanan ini dapat menjadi hal yang menarik bagi mahasiswa rantau, karena melihat adanya penurunan harga. Sehingga mahasiswa rantau tertarik untuk membeli makanan maupun minuman di luar anggaran yang telah ditentukan, yang dimana dalam hal tersebut dapat memengaruhi manajemen keuangan mereka.

Manajemen keuangan menjadi faktor utama yang diperhatikan oleh mahasiswa rantau untuk mencapai kesejahteraan finansial yang baik selama merantau. Manajemen keuangan, meliputi kegiatan seperti perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian keuangan (Khaidir, 2024). Manajemen keuangan memiliki peran dalam mencapai kesejahteraan finansial yang optimal. Dengan manajemen keuangan yang baik, mahasiswa rantau dapat mengatur pemasukan dan pengeluaran secara terencana, menjaga stabilitas keuangan, serta mempersiapkan diri dalam kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Agar kondisi finansial tetap sehat.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka pertanyaan inti dalam penelitian ini yakni apakah voucher diskon aplikasi e-commerce makanan dapat memicu perilaku impulsif mahasiswa rantau, bagaimana efek voucher diskon aplikasi e-commerce makanan pada manajemen keuangan mahasiswa rantau, dan apakah terdapat pengaruh voucher diskon aplikasi e-commerce makanan pada perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau. Terdapat tujuan penelitian yakni untuk memahami bahwa masih banyak pola mahasiswa rantau yang memiliki sikap impulsif terhadap pembelian makanan secara online karena tertarik oleh voucher diskon yang disediakan oleh aplikasi e-commerce dan mengakibatkan manajemen keuangan menjadi kurang maksimal. Manfaat pada penelitian ini dapat memberikan wawasan yang jauh lebih detail dan jelas mengenai perilaku konsumen, dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi peneliti berikutnya, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen, dan mahasiswa akan dapat mengetahui bagaimana pengaruh voucher diskon terhadap perilaku belanja mereka serta menyadari pentingnya manajemen keuangan yang efektif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ningtias, et al., (2024) memiliki tujuan untuk menjelaskan bahwa ternyata voucher diskon yang disediakan oleh aplikasi e-commerce lebih dominan digemari banyak kalangan. Berdasarkan informasi yang didapat oleh peneliti, responden cenderung menggunakan aplikasi e-commerce apabila ada voucher diskon. Oleh sebab itu, dapat diartikan bahwa voucher diskon memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan aplikasi e-commerce. Hasil penelitian tersebut berkaitan dengan penelitian Rachmawati (2022), juga memiliki tujuan bahwa pemanfaatan e-commerce sebagai sarana penjualan memiliki pengaruh signifikan pada perilaku impulsif. Meningkatnya pemanfaatan internet, terutama di kelompok mahasiswa, telah mengubah cara mereka berbelanja dan juga disertai kemudahan akses aplikasi e-commerce dengan smartphone, kecenderungan untuk belanja menjadi lebih tinggi, dimana gilirannya memicu perilaku impulsif.

Salah satu fitur yang menarik perhatian konsumen adalah diskon online yang ditawarkan oleh e-commerce. Diskon ini dapat memengaruhi keputusan pembelian impulsif, dimana konsumen sering kali melakukan pembelian hanya karena merasa bahwa kesempatan mendapatkan diskon tidak akan datang lagi. Oleh karena itu, antara aplikasi e-commerce dan ketersediaan voucher diskon online dalam waktu yang bersamaan akan berdampak pada sikap impulsif di kalangan mahasiswa rantau. Hal ini terlihat disaat mahasiswa menghadapi berbagai diskon yang disediakan oleh e-commerce membuat pengguna cenderung melakukan pembelian impulsif yang tidak direncanakan. Pada penelitian kali ini akan berfokus pada mahasiswa rantau yang mengalami tantangan dalam manajemen keuangan sehari-hari untuk menghindari perilaku impulsif akibat voucher diskon e-commerce makanan yang masih sedikit dalam penelitian terdahulu. Pada penelitian ini juga merujuk pada seluruh e-commerce makanan yang digunakan oleh mahasiswa rantau dalam pembelian makanan, dimana yang sebelumnya dibahas pada penelitian terdahulu hanya merujuk pada salah satu e-commerce makanan saja.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang dapat diartikan dengan metode data dikumpulkan terlebih dahulu dengan menggunakan kuesioner via *google form* yang disebar melalui online. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah teknik *purposive sampling*, yang dapat diartikan dengan pengambilan sampel melalui ketentuan tertentu yakni mahasiswa rantau yang menggunakan fitur aplikasi e-commerce makanan dan menggunakan aplikasi tersebut sebagai alat untuk pembelian makanan secara online. Jumlah responden dalam penelitian ini yakni sebanyak 101 orang. Analisis data yang diterapkan pada penelitian ini merupakan analisis dengan menerapkan uji reliabilitas dan uji validitas instrumen dengan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 26*. Kedua pengujian itu diterapkan dengan tujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan peneliti telah valid dan reliabel. Selain menguji validitas dan reliabilitas, peneliti juga menerapkan uji normalitas dan uji hipotesis. Berikut hipotesis yang diajukan oleh peneliti:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh voucher diskon aplikasi e-commerce makanan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau.

H_a : Terdapat pengaruh voucher diskon aplikasi e-commerce makanan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang dipilih peneliti untuk mendukung penelitian ini yakni mahasiswa rantau dari berbagai universitas yang menggunakan fitur aplikasi e-commerce makanan online berupa GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Data yang diperoleh melalui penyebaran *Google Form* yaitu sebanyak 101 responden. Pada penelitian ini akan menggunakan perangkat lunak *SPSS versi 26* untuk analisis data. Setelah data responden dikumpulkan, peneliti akan menganalisis data dengan menerapkan teknik uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji hipotesis melalui penerapan *Multivariate Analysis Of Variance* (MANOVA).

Tabel 1 Jawaban Responden Mengenai Aplikasi E-commerce yang Digunakan untuk Pembelian Makanan

Aplikasi E-Commerce yang Digunakan			
No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	GoFood	39	38,6%
2	GrabFood	13	12,9%
3	ShopeeFood	49	48,5%
	Total	101	100%

Berdasarkan tabel 1 mengenai aplikasi e-commerce yang digunakan dalam pembelian makanan, terdapat kesimpulan bahwa ShopeeFood merupakan aplikasi yang sering digunakan oleh responden. Hal itu dikarenakan dari 101 responden, terdapat 49 responden yang memilih ShopeeFood sebagai aplikasi untuk melakukan pembelian makanan online.

Tabel 2 Jawaban Responden Mengenai Alasan Memesan Makanan Melalui Aplikasi E-commerce Sebab Adanya Voucher Diskon

Alasan Pembelian Karena Voucher Diskon			
No	Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	99	98%
2	Tidak Setuju	2	2%
	Total	101	100%

Berdasarkan tabel 2 mengenai alasan responden membeli makanan di berbagai platform e-commerce karena tersedia voucher diskon, peneliti dapat disimpulkan bahwa penggunaan voucher diskon merupakan salah satu pengaruh keputusan responden dalam melakukan pembelian makanan online melalui aplikasi e-commerce. Hal itu dikarenakan dari 101 responden, terdapat 99 responden yang setuju dengan adanya voucher diskon memengaruhi keputusan pembelian.

Uji Validitas

Uji validitas adalah salah satu uji data pada penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji bahwa data kuesioner valid atau tidak (Darma, B., 2021). Metode yang diterapkan adalah metode korelasi *Bivariate Pearson* atau produk momen pearson dengan menggunakan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 26*.

Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas 14 Item Pertanyaan

		Correlations														Total_Skor
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	
P1	Pearson Correlation	1	.503 ^{**}	.370 ^{**}	.155	-.004	-.190 [*]	-.070	-.049	-.028	-.179	.002	.029	-.101	.009	.242 [*]
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.129	.870	.049	.488	.624	.778	.075	.983	.770	.313	.957	.015
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P2	Pearson Correlation	.503 ^{**}	1	.365 ^{**}	.183	.095	-.124	.018	-.028	.101	.002	.103	.007	.141	.122	.394 [*]
	Sig. (2-tailed)			.000	.067	.345	.216	.887	.780	.107	.417	.304	.300	.158	.224	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P3	Pearson Correlation	.370 ^{**}	.365 ^{**}	1	.295 ^{**}	.207 [*]	.000	.196 [*]	.181	.168	-.039	.071	-.015	.008	.001	.436 ^{**}
	Sig. (2-tailed)				.000	.030	.997	.049	.108	.093	.754	.482	.885	.841	.813	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P4	Pearson Correlation	.155	.183	.295 ^{**}	1	.402 ^{**}	.157	.005	.045	.166	.004	.225 [*]	.075	.216 [*]	.138	.800 ^{**}
	Sig. (2-tailed)					.000	.116	.984	.657	.096	.923	.024	.455	.030	.170	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P5	Pearson Correlation	-.004	.095	.207 [*]	.402 ^{**}	1	.365 ^{**}	.237 [*]	.329 ^{**}	.311 [*]	.208 [*]	.150	.017	.004	.034	.564 ^{**}
	Sig. (2-tailed)						.000	.025	.001	.002	.008	.134	.859	.925	.739	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P6	Pearson Correlation	-.190 [*]	-.124	.000	.157	.365 ^{**}	1	.237 [*]	.149	.337 ^{**}	.293 ^{**}	.275 ^{**}	.130	.091	.002	.462 ^{**}
	Sig. (2-tailed)							.018	.136	.001	.003	.005	.195	.366	.888	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P7	Pearson Correlation	-.070	.018	.196 [*]	.005	.237 [*]	.237 [*]	1	.314 ^{**}	.212 [*]	.247 [*]	.006	-.159	.072	.003	.395 [*]
	Sig. (2-tailed)								.001	.034	.013	.553	.277	.477	.975	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P8	Pearson Correlation	-.028	.101	.002	.103	.208 [*]	.329 ^{**}	.311 [*]	1	.260 [*]	.197 [*]	.005	-.214 [*]	-.258 [*]	-.213 [*]	.286 [*]
	Sig. (2-tailed)									.000	.048	.981	.032	.010	.002	.003
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P9	Pearson Correlation	-.028	.161	.160	.168	.311 [*]	.337 ^{**}	.212 [*]	.266 ^{**}	1	.281 ^{**}	.287 ^{**}	.132	.086	.016	.545 ^{**}
	Sig. (2-tailed)										.001	.007	.190	.509	.877	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P10	Pearson Correlation	-.179	.002	.030	.044	.208 [*]	.293 ^{**}	.247 [*]	.167 [*]	.281 ^{**}	1	.448 ^{**}	.216 [*]	.043	.003	.564 ^{**}
	Sig. (2-tailed)											.000	.030	.859	.387	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P11	Pearson Correlation	.002	.103	.071	.225 [*]	.150	.275 [*]	.000	.005	.267 ^{**}	.480 ^{**}	1	.449 ^{**}	.368 ^{**}	.211 [*]	.594 ^{**}
	Sig. (2-tailed)												.000	.000	.034	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P12	Pearson Correlation	.029	.087	-.010	.075	.017	.130	-.109	-.214 [*]	.132	.216 [*]	.448 ^{**}	1	.621 ^{**}	.476 ^{**}	.454 ^{**}
	Sig. (2-tailed)													.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P13	Pearson Correlation	.101	.141	.008	.216 [*]	.004	.091	-.072	-.258 [*]	.004	.043	.368 ^{**}	.821 ^{**}	1	.587 ^{**}	.463 ^{**}
	Sig. (2-tailed)														.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
P14	Pearson Correlation	.009	.122	.001	.138	.034	.002	.003	-.213 [*]	.016	.000	.211 [*]	.479 ^{**}	.587 ^{**}	1	.463 ^{**}
	Sig. (2-tailed)												.000	.000		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Total_Skor		.242 [*]	.394 [*]	.436 ^{**}	.800 ^{**}	.564 ^{**}	.462 ^{**}	.395 [*]	.294 ^{**}	.545 ^{**}	.504 ^{**}	.594 ^{**}	.474 ^{**}	.463 ^{**}	.403 ^{**}	1
Total_Skor	Pearson Correlation	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	Sig. (2-tailed)															
N		101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data peneliti

Tabel 4 Hasil Analisis Pengujian Validitas 14 Item Pertanyaan

No	R Hitung		R Tabel (N = 101, a = 5%)	Keterangan
P1	0.242	>		Valid
P2	0.394	>		Valid
P3	0.439	>		Valid
P4	0.500	>		Valid
P5	0.564	>		Valid
P6	0.462	>		Valid
P7	0.395	>		Valid
P8	0.296	>	0,1956	Valid
P9	0.545	>		Valid
P10	0.504	>		Valid
P11	0.594	>		Valid
P12	0.454	>		Valid
P13	0.463	>		Valid
P14	0.403	>		Valid

Sumber : Data peneliti

Berdasarkan analisis dari hasil pengujian validitas pada tabel 3 dan 4, peneliti dapat menyimpulkan bahwa 14 pertanyaan yang diajukan dinyatakan valid. Hal tersebut karena nilai pada *r hitung* melebihi nilai pada *r tabel*. Untuk tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dengan N = 101, nilai *r tabel* yang dijadikan acuan yaitu 0,1956. Dapat dilihat pada hasil analisis pengujian validitas bahwa dari 14 pertanyaan yang digunakan peneliti memiliki nilai pada *r hitung* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai pada *r tabel*.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yakni uji data pada penelitian kuantitatif yang digunakan untuk menguji bahwa kuesioner sudah reliabel atau dapat diandalkan (Darma, B., 2021). Pada uji reliabilitas ini menerapkan teknik uji *Cronbach Alpha* dengan bantuan *software SPSS versi 26* karena instrumen pada penelitian ini berbentuk angket dengan skala likert. Tingkatan pada nilai *Cronbach Alpha* terdiri dari 3 yaitu tinggi dengan *range* nilai $> 0,7$ - $0,9$, moderat dengan *range* nilai $0,5$ - $0,7$, dan rendah dengan *range* nilai $< 0,5$.

Tabel 5 Hasil Pengujian Reliabilitas pada 14 Item Pertanyaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.692	14

Sumber : Data peneliti

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas 14 pertanyaan pada tabel 5, peneliti dapat menyimpulkan bahwa 14 pertanyaan pada kuesioner dikatakan reliabel. Kesimpulan ini dapat dilihat pada hasil nilai *Cronbach Alpha* dari 14 item pertanyaan adalah 0,692 yang dimana menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Karena menggunakan nilai 0,60 sebagai acuan, maka dapat disimpulkan bahwa semua data yang diuji oleh peneliti dinyatakan reliabel atau konsisten dengan tingkatan moderat.

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan langkah pengujian data pada pendekatan kuantitatif setelah uji validitas dan uji normalitas pada data yang digunakan. Tujuan dari uji normalitas yakni untuk menguji data yang digunakan peneliti memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas yang diterapkan peneliti adalah dengan metode pengujian normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 26*.

Tabel 6 Hasil Pengujian Normalitas Data dengan One Sample K-S Test

Sumber : Data peneliti

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Total_Skor
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	44.1881
	Std. Deviation	7.87364
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.079
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan pengujian normalitas yang telah diterapkan pada tabel 6 menyimpulkan bahwa data peneliti berdistribusi normal. Suatu data dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi (Sig.) lebih tinggi daripada 0,05. Oleh karena itu, data dalam penelitian memiliki distribusi normal karena hasil pengujian menghasilkan nilai pada bagian *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu sebesar 0,059 yang lebih tinggi dari acuan yakni 0,05.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang diterapkan ketika instrumen data sudah dinyatakan valid, reliabel, dan berdistribusi normal. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan metode dengan analisis *Multivariate Analysis Of Variance* (MANOVA) dengan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 26*. Peneliti menggunakan uji dengan metode MANOVA karena adanya variabel dependen yang lebih dari 1 dan 1 variabel independen.

Tabel 7 Hasil Pengujian Signifikansi Multivariat (Multivariate Test)

Multivariate Tests ^a								
Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.	Noncent. Parameter	Observed Power ^d
Intercept	Pillai's Trace	.948	877.179 ^b	2.000	96.000	.000	1754.358	1.000
	Wilks' Lambda	.052	877.179 ^b	2.000	96.000	.000	1754.358	1.000
	Hotelling's Trace	18.275	877.179 ^b	2.000	96.000	.000	1754.358	1.000
	Roy's Largest Root	18.275	877.179 ^b	2.000	96.000	.000	1754.358	1.000
Voucher_Diskon	Pillai's Trace	.216	3.906	6.000	194.000	.001	23.438	.966
	Wilks' Lambda	.785	4.109 ^b	6.000	192.000	.001	24.656	.974
	Hotelling's Trace	.272	4.309	6.000	190.000	.000	25.853	.980
	Roy's Largest Root	.268	8.656 ^c	3.000	97.000	.000	25.968	.993

a. Design: Intercept + Voucher_Diskon

b. Exact statistic

c. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

d. Computed using alpha = .05

Sumber : Data peneliti

Uji signifikansi multivariat ini menggunakan uji *Pillai's Trace*, *Wilks' Lambda*, *Hotelling's Trace*, dan *Roy's Largest Root* yang diolah dengan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 26*. Berdasarkan pengujian signifikansi multivariat pada tabel 7, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh voucher diskon aplikasi e-commerce makanan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau. Hal ini dikarenakan angka signifikansi (Sig.) < 0,05 yang dapat diartikan dengan H_0 ditolak dan H_a dapat diterima.

Tabel 8 Hasil Levene's Test atau Pengujian Homogenitas

Levene's Test of Equality of Error Variances ^a					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Perilaku Impulsif	Based on Mean	.440	3	97	.725
	Based on Median	.325	3	97	.807
	Based on Median and with adjusted df	.325	3	94.480	.807
	Based on trimmed mean	.438	3	97	.726
Manajemen Keuangan	Based on Mean	2.442	3	97	.069
	Based on Median	2.132	3	97	.101
	Based on Median and with adjusted df	2.132	3	90.227	.102
	Based on trimmed mean	2.447	3	97	.068

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + Voucher_Diskon

Sumber : Data peneliti

Pengujian Homogenitas atau Pengujian Levene ini diterapkan untuk menguji apakah semua variabel memiliki varians yang sama. Dari hasil uji Levene pada tabel 8 dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dependen tersebut merupakan data dengan homogenitas varians terpenuhi. Hal ini dikarenakan kedua data tersebut memiliki nilai Sig. lebih tinggi dari nilai acuan yakni 0,05. Hasil nilai yang dihasilkan akan berpengaruh pada saat uji Post Hoc yang akan dipilih. Dikarenakan kedua data memiliki nilai Sig. lebih

besar dari nilai acuan yakni 0,05 maka uji Post Hoc yang diterapkan adalah Uji Bonferroni.

Tabel 9 Hasil Pengujian Signifikansi Univariat (Tests of Between-Subjects Effects)

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Noncent. Parameter	Observed Power ^c
Corrected Model	Perilaku Impulsif	291.286 ^a	3	97.095	5.214	.002	15.643	.917
	Manajemen Keuangan	372.139 ^b	3	124.046	5.776	.001	17.329	.943
Intercept	Perilaku Impulsif	21340.991	1	21340.991	1146.095	.000	1146.095	1.000
	Manajemen Keuangan	23270.838	1	23270.838	1083.607	.000	1083.607	1.000
Voucher_Diskon	Perilaku Impulsif	291.286	3	97.095	5.214	.002	15.643	.917
	Manajemen Keuangan	372.139	3	124.046	5.776	.001	17.329	.943
Error	Perilaku Impulsif	1806.200	97	18.621				
	Manajemen Keuangan	2083.108	97	21.475				
Total	Perilaku Impulsif	49627.000	101					
	Manajemen Keuangan	53564.000	101					
Corrected Total	Perilaku Impulsif	2097.485	100					
	Manajemen Keuangan	2455.248	100					

a. R Squared = ,139 (Adjusted R Squared = ,112)

b. R Squared = ,152 (Adjusted R Squared = ,125)

c. Computed using alpha = ,05

Sumber : Data peneliti

Uji Signifikan Univariat diaplikasikan untuk menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap setiap variabel dependen. Dari hasil pengujian signifikan univariat pada tabel 9 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh voucher diskon terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan. Hal ini dikarenakan nilai Sig. perilaku impulsif yang tampak sebesar 0,002 kurang dari nilai acuan yakni 0,05 dan nilai Sig. manajemen keuangan sebesar 0,001 juga kurang dari nilai acuan yakni 0,05. Sesuai dengan kriteria pengujian pada uji signifikan univariat apabila nilai signifikan (Sig.) kurang dari 0,05 maka bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a dapat diterima. Dengan demikian, bisa disimpulkan kembali bahwa voucher diskon aplikasi e-commerce makanan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau.

Tabel 10 Hasil Pengujian Post Hoc atau Pengujian Perbandingan Berganda

Multiple Comparisons								
Dependent Variable		(I) Voucher Diskon	(J) Voucher Diskon	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
Perilaku Impulsif	Bonferroni	Potongan Harga	Buy 1 Get 1	3.6516 [*]	.96913	.002	1.0413	6.2619
			Gratis Ongkir	2.0889	1.55162	1.000	-2.0903	6.2681
			Cashback	3.3667	1.85526	.436	-1.6304	8.3637
		Buy 1 Get 1	Potongan Harga	-3.6516 [*]	.96913	.002	-6.2619	-1.0413
			Gratis Ongkir	-1.5627	1.63390	1.000	-5.9635	2.8381
			Cashback	-.2849	1.92460	1.000	-5.4688	4.8989
		Gratis Ongkir	Potongan Harga	-2.0889	1.55162	1.000	-6.2681	2.0903
			Buy 1 Get 1	1.5627	1.63390	1.000	-2.8381	5.9635
			Cashback	1.2778	2.27429	1.000	-4.8479	7.4034
		Cashback	Potongan Harga	-3.3667	1.85526	.436	-8.3637	1.6304
			Buy 1 Get 1	.2849	1.92460	1.000	-4.8989	5.4688
			Gratis Ongkir	-1.2778	2.27429	1.000	-7.4034	4.8479
	Games-Howell	Potongan Harga	Buy 1 Get 1	3.6516 [*]	.97050	.002	1.0904	6.2128
			Gratis Ongkir	2.0889	1.38285	.462	-2.0262	6.2040
			Cashback	3.3667	2.04259	.423	-3.7284	10.4618
		Buy 1 Get 1	Potongan Harga	-3.6516 [*]	.97050	.002	-6.2128	-1.0904
			Gratis Ongkir	-1.5627	1.47153	.717	-5.8145	2.6890
			Cashback	-.2849	2.10364	.999	-7.3452	6.7753
		Gratis Ongkir	Potongan Harga	-2.0889	1.38285	.462	-6.2040	2.0262
			Buy 1 Get 1	1.5627	1.47153	.717	-2.6890	5.8145
			Cashback	1.2778	2.32286	.944	-5.9750	8.5306
		Cashback	Potongan Harga	-3.3667	2.04259	.423	-10.4618	3.7284
			Buy 1 Get 1	.2849	2.10364	.999	-6.7753	7.3452
			Gratis Ongkir	-1.2778	2.32286	.944	-8.5306	5.9750
Manajemen Keuangan	Bonferroni	Potongan Harga	Buy 1 Get 1	4.2463 [*]	1.04078	.001	1.4431	7.0496
			Gratis Ongkir	2.7374	1.66632	.622	-1.7508	7.2255
			Cashback	2.3485	1.99241	1.000	-3.0179	7.7149
		Buy 1 Get 1	Potongan Harga	-4.2463 [*]	1.04078	.001	-7.0496	-1.4431
			Gratis Ongkir	-1.5090	1.75468	1.000	-6.2351	3.2172
			Cashback	-1.8978	2.06688	1.000	-7.4649	3.6692
		Gratis Ongkir	Potongan Harga	-2.7374	1.66632	.622	-7.2255	1.7508
			Buy 1 Get 1	1.5090	1.75468	1.000	-3.2172	6.2351
			Cashback	-.3889	2.44241	1.000	-6.9674	6.1896
		Cashback	Potongan Harga	-2.3485	1.99241	1.000	-7.7149	3.0179
			Buy 1 Get 1	1.8978	2.06688	1.000	-3.6692	7.4649
			Gratis Ongkir	.3889	2.44241	1.000	-6.1896	6.9674
	Games-Howell	Potongan Harga	Buy 1 Get 1	4.2463 [*]	1.13140	.003	1.2333	7.2594
			Gratis Ongkir	2.7374	1.53838	.336	-1.9471	7.4218
			Cashback	2.3485	2.44431	.776	-6.3591	11.0560
		Buy 1 Get 1	Potongan Harga	-4.2463 [*]	1.13140	.003	-7.2594	-1.2333
			Gratis Ongkir	-1.5090	1.75678	.826	-6.5186	3.5007
			Cashback	-1.8978	2.58734	.881	-10.5041	6.7084
		Gratis Ongkir	Potongan Harga	-2.7374	1.53838	.336	-7.4218	1.9471
			Buy 1 Get 1	1.5090	1.75678	.826	-3.5007	6.5186
			Cashback	-.3889	2.78942	.999	-9.1769	8.3991
		Cashback	Potongan Harga	-2.3485	2.44431	.776	-11.0560	6.3591
			Buy 1 Get 1	1.8978	2.58734	.881	-6.7084	10.5041
			Gratis Ongkir	.3889	2.78942	.999	-8.3991	9.1769

Based on observed means.
The error term is Mean Square(Error) = 21,475.
*. The mean difference is significant at the .05 level.

Sumber : Data peneliti

Tabel yang tampak diatas merupakan tabel hasil pengujian Post Hoc atau pengujian Perbandingan Berganda. Sesuai dengan hasil pengujian homogenitas pada tabel 10 yang menunjukkan nilai Sig. lebih dari nilai acuan yakni 0,05 maka dari perbandingan tabel diatas yang diterapkan adalah pada tabel Uji Bonferroni. Berdasarkan tabel uji bonferroni menunjukkan bahwa terdapat pengaruh voucher diskon pada perilaku impulsif dan manajemen keuangan. Jenis voucher diskon yang sering digunakan oleh mahasiswa rantau adalah voucher diskon berupa potongan harga dan buy 1 get 1 pada aplikasi e-commerce makanan.

Berdasarkan hasil uji jawaban dengan 101 responden oleh mahasiswa rantau menghasilkan bahwa dalam penggunaan voucher diskon pada aplikasi e-commerce memiliki pengaruh terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan. Berdasarkan hasil uji, sebanyak 98% responden membeli makanan di aplikasi e-commerce karena adanya voucher diskon. Penelitian ini mendukung temuan dari penelitian yang telah dilakukan seperti yang dikemukakan oleh Ningtias, D. N. A., Wulantari, A. I. I., Wulandari, N. G. A. I., & Nilakusmawati, D. P. E. (2024). Penggunaan aplikasi e-commerce oleh mahasiswa rantau dalam hasil tersebut dapat memengaruhi keputusan pembelian dikarenakan terdapat voucher diskon yang tersedia, dimana aplikasi yang

banyak digunakan mahasiswa rantau untuk pembelian makanan terdapat pada ShopeeFood. Dalam hasil uji penelitian ini, voucher diskon dapat meningkatkan daya tarik bagi mahasiswa rantau. Namun tanpa mereka sadari, pembelian secara terus menerus dan tidak direncanakan sebelumnya akan menimbulkan perilaku impulsif terhadap mahasiswa tersebut (Maulida, S. N, 2022).

Voucher diskon yang tersedia pada aplikasi e-commerce berupa potongan harga, gratis ongkir, buy 1 get 1, dan cashback. Voucher diskon berupa potongan harga dan buy 1 get 1 menjadi voucher diskon yang paling diminati oleh mahasiswa rantau yang menjadi responden dalam penelitian ini. Pembelian dengan menggunakan voucher diskon memang terlihat untuk menghemat, tetapi justru dengan pembelian tanpa disadari atau pembelian impulsif akan berdampak pada pengeluaran uang yang tidak terkendali. Hal ini dikarenakan dengan adanya voucher diskon mahasiswa akan sering membeli makanan secara online tanpa adanya perencanaan dan masih terdapat biaya admin atau ongkir yang harus dibayar oleh responden. Sehingga, pembelian dengan menggunakan voucher diskon di aplikasi e-commerce akan memengaruhi manajemen keuangan mahasiswa rantau untuk pembelian makanan. Manajemen keuangan yang mencakup tentang aktivitas perencanaan, pengelolaan dan pengendalian keuangan, untuk mencapai kesejahteraan finansial (Khaidir, M. N., 2024), khususnya manajemen keuangan mahasiswa rantau dalam mengelola biaya untuk pembelian makanan. Oleh karena itu, penyediaan voucher diskon pada aplikasi e-commerce berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau.

KESIMPULAN

Dilihat dari beberapa hasil penelitian yang ada, peneliti bisa menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh voucher diskon aplikasi E-commerce makanan terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan mahasiswa rantau yang dimana aplikasi yang lebih digunakan oleh mahasiswa rantau adalah GoFood sebagai pembelian makanan pada aplikasi e-commerce. Efek voucher diskon pada aplikasi e-commerce dapat dilihat dari hasil Uji Signifikansi Multivariat (*Multivariate Test*) menunjukkan bahwa nilai Sig. kurang dari nilai acuan yakni 0,05 yang dapat diartikan bahwa H_a dapat diterima atau terdapat pengaruh voucher diskon terhadap perilaku impulsif dan manajemen keuangan. Hal ini juga dapat dilihat pada hasil pengisian kuesioner yaitu dari 101 responden, terdapat 99 responden yang setuju dengan adanya voucher diskon memengaruhi keputusan pembelian makanan pada aplikasi e-commerce. Apabila dilihat pada Uji Post Hoc atau Uji Perbandingan berganda dengan menggunakan tabel Uji Bonferroni menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada voucher diskon berupa potongan harga dan buy 1 get 1 pada aplikasi e-commerce makanan.

DAFTAR PUSTAKA

Ariyani, R., Lestari, F. S., Putra, H. T. P., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh voucher diskon gofood dan gaya hidup hedonisme terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa di aplikasi gojek. *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 121-134. <https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.926>

- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2). Guepedia.
- Khaidir, M. N. (2024). Implementasi Literasi Manajemen Keuangan Mahasiswa Ekonomi Terhadap Kehidupan Sehari Hari. *Digibe: Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 1-16. <https://doi.org/10.25134/digibe.v2i1.14>
- Maulida, S. N. (2022). Pengaruh Promo Kejar Diskon, Kupon Cashback, dan Bebas Ongkos Kirim Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Aplikasi Tokopedia Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Ningtias, D. N. A., Wulantari, A. I. I., Wulandari, N. G. A. I., & Nilakusmawati, D. P. E. (2024). Pengaruh Voucher Diskon Terhadap Daya Tarik Pembeli Di Aplikasi E-Commerce. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 10360-10367. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i1.8911>
- Rachmawati, A. (2022). Pengaruh E-Commerce Dan Diskon Online Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Pajak dan Informasi (JAKPI)*, 2(2), 142-159. <https://doi.org/10.32509/jakpi.v2i2.2069>
- Razali, G., Andamisari, D., & Saputra, J. (2022). Pengaruh promosi diskon dan gratis ongkir shopee terhadap keputusan pembelian konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 482-491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Yahmini, E. (2019). Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga. *exero: journal of research in business and economics*, 2(1), 41-56. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i1.2110>
- Yelta, R. K., & Yamini, E. A. (2023). Pengaruh Program Gratis Ongkir dan Subsidi Voucher Belanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Tik Tok Shop. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 929-944. <https://doi.org/10.61930/jurbisman.v1i3.281>
- Yestasari, R., & Nengsih, M. K. (2024). The Effect of Discounts, Free Shipping, Online Customer Reviews on Purchasing Decisions at the Shopee Marketplace (Case Study on Students of Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Journal of Indonesian Management*, 4(1), 85-98. <https://doi.org/10.53697/jim.v4i1.1629>