

ABSTRAK

Pada era kemajuan teknologi seperti sekarang ini, pertumbuhan penggunaan dompet digital yang signifikan telah mengubah kebiasaan belanja konsumen. Dompet digital, khususnya GoPay, telah menjadi salah satu metode pembayaran yang populer di kalangan masyarakat. Dengan kemudahan akses dan berbagai promosi yang ditawarkan, pengguna cenderung lebih sering melakukan transaksi tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya, sehingga memicu perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay di Kota Bandung baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna GoPay yang mengetahui promosi terkait GoPay dan merasakan kemudahan dalam menggunakannya, serta berdomisili di Kota Bandung, yang jumlahnya belum diketahui secara pasti. Sampel yang ada dalam penelitian ini merupakan 100 orang responden dari populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan jumlah sampel adalah rumus Bernoulli. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai analisis data yang digunakan.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa ketiga variabel termasuk pada kategori baik dengan variabel promosi memiliki persentase sebesar 78,91%, kemudahan penggunaan sebesar 79,4%, dan perilaku konsumtif sebesar 78,84%. Kedua variabel yaitu promosi serta kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna GoPay. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi, dapat diketahui bahwa besar pengaruh variabel independen yang terdiri atas promosi dan kemudahan penggunaan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif adalah sebesar 54,1%, dengan sumbangan efektif variabel promosi sebesar 17,1%, dan kemudahan penggunaan sebesar 37%. Sedangkan sisanya sebesar 45,9% ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa dan penelitian ini. Promosi yang intensif dan kemudahan dalam penggunaan aplikasi GoPay mendorong pengguna untuk melakukan pembelian yang berlebihan dan tidak terencana. Oleh karena itu penulis menyarankan untuk dapat mengendalikan dan bijak dalam mengatur pengeluaran.

Kata Kunci: Promosi, Kemudahan Penggunaan, Perilaku Konsumtif.