

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai hubungan *digital payment* dengan pembelian secara tidak terencana pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dapat diambil kesimpulan hal-hal sebagai berikut:

1. Pada variabel metode pembayaran, responden dominan melakukan pembelian terencana, tetapi penggunaan pembayaran digital menunjukkan peningkatan dalam pembelian tidak terencana. Menariknya, pada barang 1 seluruh pembelian tidak terencana hanya terjadi pada metode pembayaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa pembayaran digital memicu perilaku konsumtif, terutama pada barang dengan harga tertinggi. Namun, secara statistik, hanya barang 1 yang signifikan dengan *unplanned buying*, sedangkan pada barang 2 dan 3 tidak signifikan.
2. Pada variabel pemasukan tambahan, mayoritas responden melakukan pembelian secara terencana, namun pembelian tidak terencana lebih banyak dilakukan oleh responden dengan pemasukan tambahan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pemasukan tambahan mendorong perilaku pembelian tidak terencana. Meskipun demikian, variabel pemasukan tambahan tidak signifikan dengan pembelian tidak terencana pada ketiga jenis barang.
3. Pada variabel program studi, tingkat pembelian tidak terencana cenderung

bervariasi tergantung pada jenis barang. Tidak ada program studi yang secara konsisten memiliki tingkat pembelian tidak terencana. Hal ini dikarenakan jumlah responden yang tidak merata antar program studi, sehingga perbandingan antar program studi tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan tingkat kecenderungan pembelian tidak terencana berdasarkan jurusan. Namun, variabel program studi secara statistik tidak signifikan dengan *unplanned buying*.

4. Pada variabel jenis kelamin, laki-laki lebih dominan dalam melakukan pembelian tidak terencana, khususnya pada barang-barang dengan harga lebih tinggi. Sebaliknya, perempuan dominan melakukan pembelian tidak terencana pada barang dengan harga yang lebih rendah. Meskipun demikian, jenis kelamin tidak signifikan terhadap *unplanned buying*.
5. Pada variabel tahun angkatan masuk kuliah tidak ditemukan pola pembelian tidak terencana yang konsisten. Tidak ada kecenderungan kenaikan atau penurunan persentase pembelian tidak terencana berdasarkan angkatan paling lama ke paling baru. Hal ini dikarenakan jumlah responden yang tidak merata antar tahun angkatan, sehingga perbandingan antar tahun angkatan tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan tingkat kecenderungan pembelian tidak terencana berdasarkan tahun angkatan lama ke tahun angkatan baru. Secara statistik tahun angkatan tidak signifikan dengan *unplanned buying*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

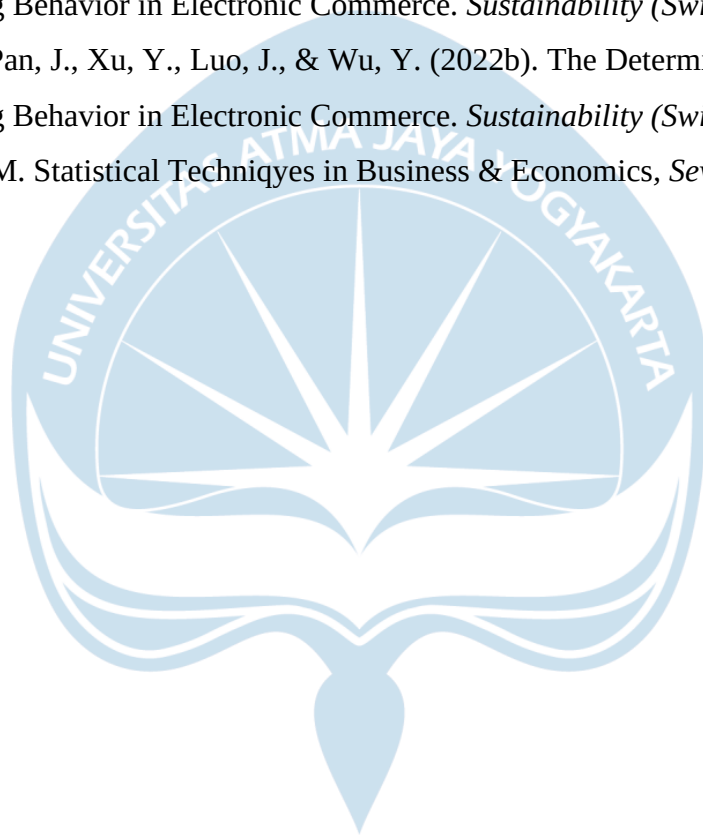
1. Bagi mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, penelitian ini memberikan implikasi bahwa kemudahan dalam menggunakan metode pembayaran digital dapat mendorong konsumen melakukan pembelian secara tidak terencana, terutama untuk barang dengan harga tinggi. Oleh karena itu, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan transaksi, khususnya saat berhadapan dengan produk berharga besar.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik pengambilan sampel yang lebih luas dan representatif agar memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh dan akurat tentang hubungan antara *digital payment* dengan pembelian tidak terencana. Diharapkan juga agar dapat menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* sebesar 5% agar jumlah sampel yang diperoleh lebih representatif terhadap populasi. Dengan demikian, hasil peneliti akan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan dapat digeneralisasikan dengan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, S. (2020). Analisis Tabulasi Silang (Crosstab). 26–29
- Alzaidi, M. S., & Agag, G. (2022). The role of trust and privacy concerns in using social media for e-retail services: The moderating role of COVID-19. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68.
- Aragoncillo, L., & Orús, C. (2018). Impulse buying behaviour: An online-offline comparative and the impact of social media. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*,
- Bian, W., William Cong, L., Ji, Y., Chen, S., Chidambaran, C., He, Z., Hu, J., Huynh, K., Jin, G., Liu, H., Lu, X., Oh, J., Peng, C., Qian, W., Schloetzer, J., Shin, D., Shin, E., Tang, V., Wang, S., ... Chun Lin, T. (2022). *The Rise of E-Wallet Super-Apps and Buy-Now-Pay-Later*.
- Bil, E., & Gökçe, G. (2022). Tüketicilerin plansız satın alma davranışının satın alma sonrası pişmanlık ve webrooming davranışına etkisi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 10(1), 208–228.
- Chandrasekhar, K., Das, S., Gupta, N., & Jena, S. K. (2024). Comparative Analysis of Impulse Buying Behaviour Across Retail Channels: A Study of Physical Stores, E-commerce Websites and Mobile Shopping Apps. In *Economic Affairs (New Delhi)* (Vol. 69, Issue 2, pp. 1109–1120). AEESRA.
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., Sjabadhyni, B., & Ndaru, A. R. P. (2024). Impulsive buying in the digital age: investigating the dynamics of sales promotion, FOMO, and digital payment methods. *Cogent Business and Management*, 11(1).
- Doan, L. T. M., Rahman, M., & Vo, X. V. (2024). Mitigating overconsumption through mindfulness: the role of cashless payments in impulsive buying and sustainable consumer behaviour. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*.
- Dong, Y., & Tarofder, A. K. (2024). Beyond the screen: How affection drives impulsive purchases in livestreaming e-commerce. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 18(1), 168–179.

- Ghaith, M. M., Al-Rawashdeh, G. H., Alzuod, M. A., Ghaith, Y. M., Alotoum, F. J., Alsokkar, A. A. M., Al-Gasawneh, J., & Alghizzawi, M. (2024). Examining the Effects of Digital Payment and Impulsive Buying on Purchase Intention. *2nd International Conference on Cyber Resilience, ICCR 2024*.
- Indonesia.go.id. (2023). *Transaksi Uang Elektronik Melejit*.
- Irdiana, S., Darmawan, K., & Ariyono, K. Y. (2021). Impulse Buying Di Masa Pandemi Covid 19.
- Jakmin, 2024. Inilah Metode Pembayaran E-commerce yang Paling Populer.
- Jiang, P., & Rosenbloom, B. (2005). Customer intention to return online: Price perception, attribute-level performance, and satisfaction unfolding over time. *European Journal of Marketing*, 39(1–2), 150–174.
- Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024). Dataset on online impulsive buying behavior of buy now pay later users and non-buy now pay later users in Indonesia using the stimulus-organism-response model. *Data in Brief*, 54.
- Khiaonarong, T., & Humphrey, D. (2022). *Falling Use of Cash and Demand for Retail Central Bank Digital Currency*, WP/22/27, January 2022.
- Marlina, C., Ulfah, M., Budiman, J., Ekonomi, P., Tanjungpura, U., Prof, J., & Nawawi, H. (2025). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Impulsive Buying Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.
- Astari, P. C., Ayu Larasati, D., Nuranjani, D., Permata Wahyuni, F., & Fadilla, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Transaksi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Akibat Dari Pandemi Covid-19. In *Journal of Business and Halal Industry* (Vol. 1, Issue 3).
- Romdona, S., Senja Junista, S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. 3(1), 39–47.
- Rook, D. W. (1987). The Buying Impulse. In *Journal Of Consumer Research* (Vol. 0).
- Stern, H. (1962). The Significance of Impulse Buying Today. In *Source: Journal of Marketing* (Vol. 26, Issue 2).

- Umar, H. (2003). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Undari, S. M. M. (2024). *Memahami Sumber Data Penelitian : Primer, Sekunder, Dan Tersier*.
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022a). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12).
- Wang, Y., Pan, J., Xu, Y., Luo, J., & Wu, Y. (2022b). The Determinants of Impulsive Buying Behavior in Electronic Commerce. *Sustainability (Switzerland)*, 14(12).
- Wathen, L.M. *Statistical Techniques in Business & Economics, Seventeenth Edition*.



LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan Kuesioner Kepada Mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Kuesioner Penelitian

PENGARUH *DIGITAL PAYMENT* TERHADAP *UNPLANNED BUYING*

Studi empiris pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Tahun 2025

Kriteria Responden:

1. Mahasiswa aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2018-2024.
2. Pernah menggunakan metode pembayaran digital.

Profil responden:

1. Email

Pertanyaan terbuka

2. Jenis kelamin

a. Perempuan

b. Laki-laki

3. Prodi

a. Manajemen

b. Akuntansi

c. Ekonomi Pembangunan

- 
- The logo of Universitas Atma Jaya Yogyakarta is a circular emblem. It features a stylized sunburst or starburst design in the center, with rays extending outwards. The text "UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA" is written in a circular path around the central design. The logo is light blue and serves as a background for the list of academic programs.
- d. Hukum
 - e. Ilmu komunikasi
 - f. Sosiologi
 - g. Arsitektur
 - h. Teknik sipil
 - i. Biologi
 - j. Teknologi Pangan
 - k. Sistem Informasi
 - l. Teknik Industri
 - m. Informatika
 - n. Magister Manajemen
 - o. Magister Akuntansi
 - p. Magister Hukum
 - q. Magister Ilmu Ekonomi
 - r. Magister Teknik Sipil
 - s. Magister Informatika
 - t. Magister Teknik Industri

4. Angkatan

- a. 2018
- b. 2019
- c. 2020
- d. 2021

- e. 2022
- f. 2023
- g. 2024

Pertanyaan Kuesioner:

1. Berapa jumlah total pengeluaran Anda dalam 1 bulan terakhir di luar pembayaran tempat tinggal (uang kos, sewa apartemen, sewa kontrakan)
 - a. Kurang dari Rp1.000.00
 - b. Rp1.000.000 – Rp2.999.999
 - c. Rp3.000.000 – Rp4.999.999
 - d. Rp5.000.000 – Rp7.999.999
 - e. Rp8.000.000 atau lebih
2. Dalam sebulan terakhir, apakah Anda menerima pemasukan tambahan?
(contoh : *fee*, tunjangan, honorarium, bantuan keuangan, pendapatan investasi, bonus, kiriman orang tua, dan lain sebagainya)
 - a. Ya
 - b. Tidak
3. Dalam sebulan terakhir, berapa kali Anda pergi nongkrong (contoh: *cafe*, *mall*, jalan-jalan, dll)? (tidak termasuk nugas)
 - a. 0-5 kali
 - b. 6 kali atau lebih
4. Dengan adanya pembayaran digital, apakah Anda cenderung melakukan

pembelian tidak terencana? (contoh: awalnya ingin membeli 1 barang, tetapi akhirnya membeli 3 barang)

- a. Jarang/tidak pernah
- b. Sering

Pertanyaan Barang 1

1. Sebutkan nama barang dengan harga termahal yang Anda beli dalam sebulan terakhir

Pertanyaan terbuka

2. Total pembayaran barang termahal pertama (Rp) [Tanpa separasi ribuan, misal 5000000]

Pertanyaan terbuka

3. Metode pembayaran yang digunakan pada barang pertama
 - a. Tunai
 - b. Transfer bank
 - c. Kartu kredit
 - d. Dompet digital Langsung Bayar (contoh: Shopepay, Gopay, Dana, OVO)
 - e. Dompet digital *PayLater*/Kredit (contoh: Shopee *PayLater*, GoPay *Later*, Dana *PayLater*, Ovo *PayLater*)
4. Apakah Anda sebelumnya sudah merencanakan untuk pembelian barang tersebut?

- a. Ya
- b. Tidak

Pertanyaan Barang 2

1. Sebutkan nama barang dengan harga termahal yang Anda beli dalam sebulan terakhir

Pertanyaan terbuka

2. Total pembayaran barang termahal pertama (Rp) [Tanpa separasi ribuan, misal 5000000]

Pertanyaan terbuka

3. Metode pembayaran yang digunakan pada barang pertama
 - a. Tunai
 - b. Transfer bank
 - c. Kartu kredit
 - d. Dompot digital Langsung Bayar (contoh: Shopepay, Gopay, Dana, OVO)
 - e. Dompot digital *PayLater*/Kredit (contoh: Shopee *PayLater*, GoPay *Later*, Dana *PayLater*, Ovo *PayLater*)
4. Apakah Anda sebelumnya sudah merencanakan untuk pembelian barang tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Pertanyaan Barang 3

1. Sebutkan nama barang dengan harga termahal yang Anda beli dalam sebulan terakhir

Pertanyaan terbuka

2. Total pembayaran barang termahal pertama (Rp) [Tanpa separasi ribuan, misal 5000000]

Pertanyaan terbuka

3. Metode pembayaran yang digunakan pada barang pertama
 - a. Tunai
 - b. Transfer bank
 - c. Kartu kredit
 - d. Dompet digital Langsung Bayar (contoh: Shopeepay, Gopay, Dana, OVO)
 - e. Dompet digital *PayLater*/Kredit (contoh: Shopee *PayLater*, GoPay *Later*, Dana *PayLater*, Ovo *PayLater*)
4. Apakah Anda sebelumnya sudah merencanakan untuk pembelian barang tersebut?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Lampiran 2. 1 Hasil Olah Data

Uji Chi-Square Barang 1

1. Metode Pembayaran

Barang 1						
Metode Pembayaran	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase		
DM	33	119	152	19.3	69.6	88.9
Tunai	0	19	19	0.0	11.1	11.1
Total	33	138	171	19.3	80.7	100.0
(b,k)	Obk	Ebk	(((O-E)^2)/E)			
1.1	33	29.33	0.46			
1.2	119	122.67	0.11			
2.1	0	3.67	3.67			
2.2	19	15.33	0.88			
			5.11			
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84		
Chi-Square Hitung:				5.11		
Kesimpulan:				Metode pembayaran mempengaruhi <i>unplanned buying</i>		

2. Pemasukan Tambahan

Barang 1						
Pemasukan Tambahan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase		
Tidak	8	25	33	4.7	14.6	19.3
Ya	25	113	138	14.6	66.1	80.7
Total	33	138	171	19.3	80.7	100.0
(b,k)	Obk	Ebk	(((O-E) ²)/E)			
1.1	8	6.37	0.42			
1.2	25	26.63	0.10			
2.1	25	26.63	0.10			
2.2	113	111.37	0.02			
			0.64			
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				0		
Chi-Square Hitung:				0.64		
Kesimpulan:				Pemasukan tambahan tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>		

3. Program Studi

Barang 1									
Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
Akutansi	3	9	12	1.8	5.3	7.0	Akutansi	3%	7%
Arsitektur	2	7	9	1.2	4.1	5.3	Arsitektur	6%	5%
Biologi	1	8	9	0.6	4.7	5.3	Biologi	3%	6%
Ekonomi Pembang	3	22	25	1.8	12.9	14.6	Ekonomi Pembang	9%	16%
Hukum	4	9	13	2.3	5.3	7.6	Hukum	12%	7%
Ilmu Komunikasi	3	8	11	1.8	4.7	6.4	Ilmu Komunikasi	9%	6%
Informatika	3	10	13	1.8	5.8	7.6	Informatika	9%	7%
Manajemen	6	24	30	3.5	14.0	17.5	Manajemen	18%	17%
Sistem Informasi	3	8	11	1.8	4.7	6.4	Sistem Informasi	9%	6%
Sosiologi	1	10	11	0.6	5.8	6.4	Sosiologi	3%	7%
Teknik Industri	1	7	8	0.6	4.1	4.7	Teknik Industri	3%	5%
Teknik Sipil	3	10	13	1.8	5.8	7.6	Teknik Sipil	9%	7%
Teknologi Pangan		6	6	0.0	3.5	3.5	Teknologi Pangan	0%	4%
Total	33	138	171	19.3	80.7	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	3	2.32	0.20						
1.2	9	9.68	0.05						
2.1	2	1.74	0.04						
2.2	7	7.26	0.01						
3.1	1	1.74	0.31						
3.2	8	7.26	0.07						
4.1	3	4.82	0.69						
4.2	22	20.18	0.17						
5.1	4	2.51	0.89						
5.2	9	10.49	0.21						
6.1	3	2.12	0.36						
6.2	8	8.88	0.09						
7.1	3	2.51	0.10						
7.2	10	10.49	0.02						
8.1	6	5.79	0.01						
8.2	24	24.21	0.00						
9.1	3	2.12	0.36						
9.2	8	8.88	0.09						
10.1	1	2.12	0.59						
10.2	10	8.88	0.14						
11.1	1	1.54	0.19						
11.2	7	6.46	0.05						
12.1	3	2.51	0.10						
12.2	10	10.49	0.02						
13.1	0	1.16	1.16						
13.2	6	4.84	0.28						
			6.19						
Chi-Square Kritis (5% df(13-1)(13-1)):			173.00						
Chi-Square Hitung:			6.19						
Kesimpulan:			Program studi tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>						

4. Jenis Kelamin

Barang 1									
Jenis Kelamin	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Gender	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
Laki-laki	21	76	97	12.3	44.4	56.7	Laki-laki	64%	55%
Perempuan	12	62	74	7.0	36.3	43.3	Perempuan	36%	45%
Total	33	138	171	19.3	80.7	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	21	18.72	0.28						
1.2	76	78.28	0.07						
2.1	12	14.28	0.36						
2.2	62	59.72	0.09						
			0.80						
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84					
Chi-Square Hitung:				0.80					
Kesimpulan:				Jenis kelamin tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>					

5. Angkatan tahun masuk kuliah

Barang 1									
Tahun angkatan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
2018	1	2	3	0.6	1.2	1.8	2018	3%	1%
2019	2	7	9	1.2	4.1	5.3	2019	6%	5%
2020	3	15	18	1.8	8.8	10.5	2020	9%	11%
2021	21	66	87	12.3	38.6	50.9	2021	64%	48%
2022	1	21	22	0.6	12.3	12.9	2022	3%	15%
2023	3	15	18	1.8	8.8	10.5	2023	9%	11%
2024	2	12	14	1.2	7.0	8.2	2024	6%	9%
Total	33	138	171	19.3	80.7	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	1	0.58	0.31						
1.2	2	2.42	0.07						
2.1	2	1.74	0.04						
2.2	7	7.26	0.01						
3.1	3	3.47	0.06						
3.2	15	14.53	0.02						
4.1	21	16.79	1.06						
4.2	66	70.21	0.25						
5.1	1	4.25	2.48						
5.2	21	17.75	0.59						
6.1	3	3.47	0.06						
6.2	15	14.53	0.02						
7.1	2	2.70	0.18						
7.2	12	11.30	0.04						
			5.20						
Chi-Square Kritis (5% df(7-1)(7-1)):				50.99					
Chi-Square Hitung:				5.20					
Kesimpulan:				Tahun angkatan tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>					

Uji Chi-Square Barang 2

1. Metode Pembayaran

Barang 2									
Metode Pembayaran	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Metode Pembayaran	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
DM	40	105	145	23.4	61.4	84.8	DM	87%	84%
Tunai	6	20	26	3.5	11.7	15.2	Tunai	13%	16%
Total	46	125	171	26.9	73.1	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	40	39.01	0.03						
1.2	105	105.99	0.01						
2.1	6	6.99	0.14						
2.2	20	19.01	0.05						
			0.23						
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84					
Chi-Square Hitung:				0.23					
Kesimpulan:				Metode pembayaran tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>					

2. Pemasukan Tambahan

Barang 2										
Pemasukan Tambahan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase				Pemasukan Tambahan	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
Tidak	8	25	33	4.7	14.6	19.3		DM	17%	20%
Ya	38	100	138	22.2	58.5	80.7		Tunai	83%	80%
Total	46	125	171	26.9	73.1	100.0			100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	((O-E) ² /E							
1.1	8	8.88	0.09							
1.2	25	24.12	0.03							
2.1	38	37.12	0.02							
2.2	100	100.88	0.01							
			0.15							
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84						
Chi-Square Hitung:				0.15						
Kesimpulan:				Pemasukan tambahan tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>						

3. Program Studi

Barang 2									
Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
Akutansi	2	9	11	12	5.3	6.4	Akutansi	4%	7%
Arsitektur	2	7	9	12	4.1	5.3	Arsitektur	4%	6%
Biologi	2	7	9	12	4.1	5.3	Biologi	4%	6%
Ekonomi Pembang	4	21	25	2.3	12.3	14.6	Ekonomi Pembang	3%	17%
Hukum	4	9	13	2.3	5.3	7.6	Hukum	3%	7%
Ilmu Komunikasi	5	6	11	2.9	3.5	6.4	Ilmu Komunikasi	11%	5%
Informatika	3	10	13	1.8	5.8	7.6	Informatika	7%	8%
Manajemen	8	22	30	4.7	12.9	17.5	Manajemen	18%	18%
Sistem Informasi	2	9	11	1.2	5.3	6.4	Sistem Informasi	4%	7%
Sosiologi	3	8	11	1.8	4.7	6.4	Sosiologi	7%	6%
Teknik Industri	4	4	8	2.3	2.3	4.7	Teknik Industri	9%	3%
Teknik Sipil	3	10	13	1.8	5.8	7.6	Teknik Sipil	7%	8%
Teknologi Pangan	3	3	6	1.8	1.8	3.5	Teknologi Pangan	7%	2%
Total	45	125	170	26.3	73.1	99.4		100%	100%

(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$
1.1	2	2.91	0.29
1.2	9	8.09	0.10
2.1	2	2.38	0.06
2.2	7	6.62	0.02
3.1	2	2.38	0.06
3.2	7	6.62	0.02
4.1	4	6.62	1.04
4.2	21	18.38	0.37
5.1	4	3.44	0.09
5.2	9	9.56	0.03
6.1	5	2.91	1.50
6.2	6	8.09	0.54
7.1	3	3.44	0.06
7.2	10	9.56	0.02
8.1	8	7.94	0.00
8.2	22	22.06	0.00
9.1	2	2.91	0.29
9.2	9	8.09	0.10
10.1	3	2.91	0.00
10.2	8	8.09	0.00
11.1	4	2.12	1.67
11.2	4	5.88	0.60
12.1	3	3.44	0.06
12.2	10	9.56	0.02
13.1	3	1.59	1.25
13.2	3	4.41	0.45
			8.65
Chi-Square Kritis (5% df(13-1)(13-1)):			173.00
Chi-Square Hitung:			8.65
Kesimpulan:			Program studi tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>

4. Jenis kelamin

Barang 2									
Gender	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Metode Pembayaran	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
Laki-laki	23	74	97	13.5	43.3	56.7	DM	50%	59%
Perempuan	23	51	74	13.5	29.8	43.3	Tunai	50%	41%
Total	46	125	171	26.9	73.1	100.0		100%	100%

(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$
1.1	23	26.09	0.37
1.2	74	70.91	0.13
2.1	23	19.91	0.48
2.2	51	54.09	0.18
			1.16
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):			3.84
Chi-Square Hitung:			1.16
Kesimpulan:			Jenis kelamin tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>

5. Tahun angkatan masuk kuliah

Barang 2									
Tahun angkatan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
2018	1	2	3	0.6	1.2	1.8	2018	2%	2%
2019	2	7	9	1.2	4.1	5.3	2019	4%	6%
2020	4	14	18	2.3	8.2	10.5	2020	9%	11%
2021	24	63	87	14.0	36.8	50.9	2021	52%	50%
2022	5	17	22	2.9	9.9	12.9	2022	11%	14%
2023	4	14	18	2.3	8.2	10.5	2023	9%	11%
2024	6	8	14	3.5	4.7	8.2	2024	13%	6%
Total	46	125	171	26.9	73.1	100.0		100%	100%

(b,k)	Obk	Ebk	$\frac{((O-E)^2)}{E}$
1.1	1	0.81	0.05
1.2	2	2.19	0.02
2.1	2	2.42	0.07
2.2	7	6.58	0.03
3.1	4	4.84	0.15
3.2	14	13.16	0.05
4.1	24	23.40	0.02
4.2	63	63.60	0.01
5.1	5	5.92	0.14
5.2	17	16.08	0.05
6.1	4	4.84	0.15
6.2	14	13.16	0.05
7.1	6	3.77	1.33
7.2	8	10.23	0.49
			2.59

Chi-Square Kritis (5% df(7-1)(7-1)): 50.99
 Chi-Square Hitung: 2.59
 Kesimpulan: Tahun angkatan tidak mempengaruhi *unplanned buying*

Uji Chi-Square Barang 3

1. Metode pembayaran

Barang 3									
Metode Pembayaran	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Metode Pembayaran	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
DM	54	90	144	31.6	52.6	84.2	DM	89%	82%
Tunai	7	20	27	4.1	11.7	15.8	Tunai	11%	18%
Total	61	110	171	35.7	64.3	100.0		100%	100%

(b,k)	Obk	Ebk	$\frac{((O-E)^2)}{E}$
1.1	54	51.37	0.13
1.2	90	92.63	0.07
2.1	7	9.63	0.72
2.2	20	17.37	0.40
			1.33

Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)): 3.84
 Chi-Square Hitung: 1.33
 Kesimpulan: Metode pembayaran tidak mempengaruhi *unplanned buying*

2. Pemasukan tambahan

Barang 3									
Pemasukan Tambahan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Pemasukan Tambahan	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
Tidak	13	20	33	7.6	11.7	19.3	DM	22%	18%
Ya	47	91	138	27.5	53.2	80.7	Tunai	78%	82%
Total	60	111	171	35.1	64.9	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	13	11.58	0.17						
1.2	20	21.42	0.09						
2.1	47	48.42	0.04						
2.2	91	89.58	0.02						
			0.33						
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84					
Chi-Square Hitung:				0.33					
Kesimpulan:				Pemasukan tambahan tidak mempengaruhi unplanned buying					

3. Program studi

Barang 3									
Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
Akutansi	4	8	12	2.3	4.7	7.0	Akutansi	7%	7%
Arsitektur	2	7	9	1.2	4.1	5.3	Arsitektur	3%	6%
Biologi	4	5	9	2.3	2.9	5.3	Biologi	7%	5%
Ekonomi Pembang	8	17	25	4.7	9.9	14.6	Ekonomi Pembang	13%	15%
Hukum	3	10	13	1.8	5.8	7.6	Hukum	5%	9%
Ilmu Komunikasi	4	7	11	2.3	4.1	6.4	Ilmu Komunikasi	7%	6%
Informatika	8	5	13	4.7	2.9	7.6	Informatika	13%	5%
Manajemen	8	22	30	4.7	12.9	17.5	Manajemen	13%	20%
Sistem Informasi	5	6	11	2.9	3.5	6.4	Sistem Informasi	8%	5%
Sosiologi	4	7	11	2.3	4.1	6.4	Sosiologi	7%	6%
Teknik Industri	3	5	8	1.8	2.9	4.7	Teknik Industri	5%	5%
Teknik Sipil	4	9	13	2.3	5.3	7.6	Teknik Sipil	7%	8%
Teknologi Pangan	3	3	6	1.8	1.8	3.5	Teknologi Pangan	5%	3%
Total	60	111	171	35.1	64.9	100.0		100%	100%
(b,k)	Obk	Ebk	$((O-E)^2)/E$						
1.1	4	4.21	0.01						
1.2	8	7.79	0.01						
2.1	2	3.16	0.42						
2.2	7	5.84	0.23						
3.1	4	3.16	0.22						
3.2	5	5.84	0.12						
4.1	8	8.77	0.07						
4.2	17	16.23	0.04						
5.1	3	4.56	0.53						
5.2	10	8.44	0.29						
6.1	4	3.86	0.01						
6.2	7	7.14	0.00						
7.1	8	4.56	2.59						
7.2	5	8.44	1.40						
8.1	8	10.53	0.61						
8.2	22	19.47	0.33						
9.1	5	3.86	0.34						
9.2	6	7.14	0.18						
10.1	4	3.86	0.01						
10.2	7	7.14	0.00						
11.1	3	2.81	0.01						
11.2	5	5.19	0.01						
12.1	4	4.56	0.07						
12.2	9	8.44	0.04						
13.1	3	2.11	0.38						
13.2	3	3.89	0.21						
Prog			8.12						
Chi-Square Kritis (5% df(13-1)(13-1)):			173.00						
Chi-Square Hitung:			8.12						
Kesimpulan:			Program studi tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>						

4. Jenis kelamin

Barang 3									
Gender	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Metode Pembayaran	Pembelian Terencana	Pembelian Tidak Terencana
Laki-laki	32	65	97	18.7	38.0	56.7	DM	53%	59%
Perempuan	28	46	74	16.4	26.9	43.3	Tunai	47%	41%
Total	60	111	171	35.1	64.9	100.0		100%	100%
(b.k)	Obk	Ebk	(((O-E) ²)/E)						
1.1	32	34.04	0.12						
1.2	65	62.96	0.07						
2.1	28	25.96	0.16						
2.2	46	48.04	0.09						
			0.43						
Chi-Square Kritis (5% df(2-1)(2-1)):				3.84					
Chi-Square Hitung:				0.43					
Kesimpulan:				Jenis kelamin tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>					

5. Tahun angkatan masuk kuliah

Barang 3									
Tahun angkatan	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana	Total	Persentase			Program Studi	Pembelian Tidak Terencana	Pembelian Terencana
2018		3	3	0.0	1.8	1.8	2018	0%	3%
2019	1	8	9	0.6	4.7	5.3	2019	2%	7%
2020	5	13	18	2.9	7.6	10.5	2020	8%	12%
2021	32	55	87	18.7	32.2	50.9	2021	53%	50%
2022	7	15	22	4.1	8.8	12.9	2022	12%	14%
2023	9	9	18	5.3	5.3	10.5	2023	15%	8%
2024	6	8	14	3.5	4.7	8.2	2024	10%	7%
Total	60	111	171	35.1	64.9	100.0		100%	100%
(b.k)	Obk	Ebk	(((O-E) ²)/E)						
1.1	0	1.05	1.05						
1.2	3	1.95	0.57						
2.1	1	3.16	1.47						
2.2	8	5.84	0.80						
3.1	5	6.32	0.27						
3.2	13	11.68	0.15						
4.1	32	30.53	0.07						
4.2	55	56.47	0.04						
5.1	7	7.72	0.07						
5.2	15	14.28	0.04						
6.1	9	6.32	1.14						
6.2	9	11.68	0.62						
7.1	6	4.91	0.24						
7.2	8	9.09	0.13						
			6.66						
Chi-Square Kritis (5% df(7-1)(7-1)):				50.99					
Chi-Square Hitung:				6.66					
Kesimpulan:				Tahun angkatan tidak mempengaruhi <i>unplanned buying</i>					

Lampiran 3. 1 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dalam Google Form melalui sosial media:

