

TRANSFORMASI MOBILITAS BERKELANJUTAN DAN PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI ERA DIGITAL : PERSPEKTIF SOSIAL, BUDAYA DAN EKONOMI

Kasmirandi¹; Subhan Akbar Abbas²; ZH Nurul Kusumawardhani³; Andi Yusuf⁴; Marni⁵
STMIK Amika Soppeng, Soppeng^{1,2,3,4,5}
Email : randkasmirandi@gmail.com¹; subhan@amiklps.ac.id²;
zhnurulkusuma@amiklps.ac.id³; yy0669035@gmail.com⁴; marni6932@gmail.com⁵

ABSTRAK

Transformasi digital mendorong perubahan signifikan dalam sistem mobilitas berkelanjutan dan perilaku konsumtif masyarakat di era digital. Pemanfaatan AI dan sistem digital berpotensi meningkatkan efisiensi transportasi, mengurangi emisi, serta membentuk pola konsumsi yang lebih rasional dan berkelanjutan. Namun, implementasi teknologi digital di daerah non-metropolitan, khususnya Kabupaten Soppeng, masih menghadapi berbagai keterbatasan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat dari perspektif sosial, budaya, dan ekonomi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei yang didukung metode campuran (*mixed-method*) melalui studi literatur, telaah kebijakan, observasi awal, survei, dan wawancara mendalam dengan masyarakat serta pemangku kepentingan lokal. Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) berbasis SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh instrumen variabel dinyatakan valid ($r_{hitung} > r_{tabel} 0.1946$) dan reliabel ($Cronbach's\ Alpha > 0.60$). Transformasi mobilitas berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, serta persepsi efisiensi ekonomi. Selain itu, budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, dan persepsi efisiensi ekonomi terbukti secara signifikan memediasi pengaruh transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Kata Kunci : Mobilitas Berkelanjutan; Digitalisasi; Kecerdasan Buatan; Perilaku Konsumtif; Literasi Digital

ABSTRACT

Digital transformation is driving significant changes in sustainable mobility systems and public consumption behavior in the digital era. The utilization of AI and digital systems holds the potential to enhance transport efficiency, reduce emissions, and foster more rational and sustainable consumption patterns. However, the implementation of digital technology in non-metropolitan areas specifically Soppeng Regency still faces various limitations. This study aims to analyze the impact of sustainable mobility transformation on public consumption behavior from social, cultural, and economic perspectives. The research employs an explanatory quantitative approach with a survey design, supported by mixed methods involving literature reviews, policy analysis, preliminary observations, surveys, and in-depth interviews with the community and local stakeholders. Hypothesis testing was conducted using SPSS-based path analysis. The results indicate that all variable instruments were valid ($r_{calculated} > r_{table} 0.1946$) and reliable ($Cronbach's\ Alpha > 0.60$). Sustainable mobility transformation exerts a positive and significant influence on public consumption behavior, digital lifestyle culture, social interaction, and perceptions of economic efficiency. Furthermore, digital lifestyle culture, social interaction, and perceptions of economic efficiency were found to significantly mediate the impact of sustainable mobility transformation on public consumption behavior.

Keywords : Sustainable Mobility; Digitalization; Artificial Intelligence; Consumerist Behavior; Digital Literacy

PENDAHULUAN

Digitalisasi telah menjadi sebuah tren yang berkembang dalam berbagai aspek kehidupan di era digital, salah satu implementasinya ialah dalam pengembangan sistem mobilitas yang berkelanjutan serta perubahan perilaku konsumtif masyarakat di era digital (Pramesti et al., 2021). Perkembangan teknologi yang semakin cepat dalam beberapa dekade terakhir membuat masyarakat dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan digitalisasi yang ada saat ini (Kasmirandi, 2023). Salah satu inovasi teknologi yang semakin penting dalam mendukung pengelolaan bisnis dan aktivitas masyarakat adalah kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) (Kasmirandi et al., 2025). Pemanfaatan teknologi digital, termasuk teknologi berbasis kecerdasan buatan, memungkinkan peningkatan efisiensi transportasi, pengurangan emisi, serta mendukung pengambilan keputusan konsumsi yang lebih rasional dan berbasis kebutuhan nyata (Nikitas et al., 2020). Perkembangan tersebut tidak hanya berdampak pada aspek teknis sistem transportasi, tetapi juga berpotensi membentuk nilai, norma, dan praktik sosial masyarakat dalam mengelola aktivitas konsumsi sehari-hari.

Adopsi fasilitas mobilitas digital tidak hanya mengubah pola pergerakan fisik masyarakat, tetapi juga membentuk kembali norma subjektif dan persepsi kemudahan akses dalam bertransaksi (Davis, 1989; Ajzen, 1991). Berdasarkan teori difusi inovasi, penyebaran teknologi transportasi cerdas dapat mendorong munculnya perilaku ekonomi baru yang berdampak pada perubahan pola konsumsi di tingkat lokal (Rogers, 2003; Nikitas et al., 2020). Untuk mengevaluasi hubungan yang kompleks tersebut, pendekatan regresi struktural dapat digunakan untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel (Hair et al., 2021). Dengan demikian, keterkaitan antara digitalisasi mobilitas, pemanfaatan teknologi AI, persepsi sosial, dan perilaku konsumsi menjadi penting untuk dikaji secara empiris.

Meskipun demikian, penelitian mengenai digitalisasi, mobilitas berkelanjutan, dan perilaku konsumsi masih menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*). Sebagian penelitian terdahulu lebih banyak membahas penerapan teknologi digital dan mobilitas berkelanjutan dalam konteks perkotaan atau wilayah metropolitan yang memiliki dukungan infrastruktur, akses teknologi, dan literasi digital relatif lebih baik (Nikitas et al., 2020; Taşdemir & Ayan, 2025). Sementara itu, kajian yang secara khusus menghubungkan pemanfaatan teknologi berbasis AI dalam mobilitas, faktor sosial, dan perubahan perilaku konsumtif masyarakat pada wilayah non-metropolitan masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian pada wilayah metropolitan belum tentu dapat langsung menggambarkan kondisi masyarakat di daerah non-metropolitan yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, infrastruktur, dan tingkat adopsi teknologi yang berbeda.

Kesenjangan tersebut semakin relevan apabila dilihat dari kondisi daerah non-metropolitan seperti Kabupaten Soppeng. Pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung mobilitas berkelanjutan belum berjalan secara merata, terutama karena adanya kesenjangan akses teknologi, rendahnya literasi digital masyarakat, serta keterbatasan kesiapan kelembagaan dan infrastruktur pendukung (Kurniawati, 2022; Taşdemir & Ayan, 2025). Di Kabupaten Soppeng, keterbatasan ekosistem teknologi digital dapat memengaruhi rendahnya adopsi teknologi berbasis AI dalam sistem mobilitas dan layanan digital. Akibatnya, pemanfaatan teknologi sebagai instrumen untuk meningkatkan efisiensi, mendukung mobilitas berkelanjutan, dan membantu pengambilan keputusan konsumsi belum sepenuhnya optimal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi digital yang semakin cepat dengan tingkat pemanfaatan teknologi oleh masyarakat di wilayah non-metropolitan.

Selain kesenjangan teknologi, terdapat pula kesenjangan dalam aspek perilaku masyarakat. Transformasi digital tidak secara otomatis menghasilkan perilaku konsumsi yang lebih rasional. Masyarakat yang memiliki keterbatasan literasi digital dapat tetap menunjukkan perilaku konsumtif, bahkan berpotensi mengalami peningkatan konsumsi impulsif akibat kemudahan akses terhadap berbagai layanan dan transaksi digital (Fadila et al., 2025). Dengan demikian, terdapat persoalan yang belum sepenuhnya terjawab dalam penelitian terdahulu, yaitu apakah peningkatan akses dan pemanfaatan teknologi digital serta AI dalam konteks mobilitas berkelanjutan benar-benar berkontribusi terhadap perubahan perilaku konsumsi masyarakat, dan bagaimana faktor sosial seperti norma subjektif serta persepsi kemudahan berperan dalam hubungan tersebut. Pertanyaan tersebut menjadi semakin penting pada masyarakat non-metropolitan yang memiliki karakteristik adopsi teknologi dan kondisi sosial ekonomi yang berbeda dengan masyarakat perkotaan.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan (novelty) dengan mengintegrasikan perspektif digitalisasi mobilitas berkelanjutan, pemanfaatan teknologi berbasis AI, faktor sosial, dan perilaku konsumtif dalam satu kerangka penelitian pada konteks masyarakat non-metropolitan, khususnya di Kabupaten Soppeng. Kebaruan penelitian tidak hanya terletak pada objek wilayah penelitian, tetapi juga pada upaya menjelaskan hubungan antarvariabel teknologi, sosial, dan perilaku secara simultan melalui pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi mekanisme bagaimana pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam mobilitas dapat berhubungan dengan perilaku konsumsi masyarakat, dengan mempertimbangkan norma subjektif dan persepsi kemudahan sebagai bagian dari proses perubahan perilaku.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi keterbatasan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada wilayah metropolitan dan aspek teknis digitalisasi

mobilitas. Secara teoritis, penelitian ini memberikan pengembangan pemahaman mengenai hubungan antara adopsi teknologi, mobilitas berkelanjutan, faktor sosial, dan perilaku konsumsi dalam konteks masyarakat non-metropolitan. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan rekomendasi bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan literasi digital, pemanfaatan teknologi berbasis AI, serta pengembangan ekosistem mobilitas digital yang sesuai dengan karakteristik masyarakat Kabupaten Soppeng. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengkaji perkembangan teknologi, tetapi juga menjelaskan bagaimana transformasi digital dapat berinteraksi dengan kondisi sosial masyarakat dan membentuk perilaku konsumsi dalam konteks daerah non-metropolitan.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Transformasi Mobilitas Berkelanjutan

Transformasi mobilitas berkelanjutan menggambarkan pergeseran paradigmatik dalam penyelenggaraan dan penggunaan moda transportasi dari sistem konvensional yang berfokus pada kendaraan pribadi menuju ekosistem mobilitas cerdas, efisien, ramah lingkungan, dan terintegrasi secara digital. Menurut Taşdemir dan Ayan (2025), transformasi mobilitas berkelanjutan mengintegrasikan teknologi informasi, *internet of things (IoT)*, dan kecerdasan buatan (AI) ke dalam infrastruktur transportasi guna mengoptimalkan rute, meminimalkan emisi karbon, serta menekan biaya operasional perjalanan. Dalam konteks perkotaan maupun wilayah berkembang, digitalisasi mobilitas seperti layanan ride-hailing, sistem tiket elektronik terpadu, dan transportasi berbagi (*shared mobility*) tidak hanya mengubah cara individu berpindah tempat, tetapi juga menciptakan kemudahan aksesibilitas terhadap pusat-pusat kegiatan ekonomi dan sosial (Nikitas et al., 2020; Ahmed, 2025). Pemanfaatan sistem mobilitas cerdas ini membebaskan masyarakat dari kendala efisiensi jarak dan waktu, sehingga membentuk kembali dinamika aktivitas harian serta pola interaksi ekonomi masyarakat (Ahonen et al., 2024).

Perilaku Konsumtif Masyarakat di Era Digital

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, tidak berorientasi pada kebutuhan utama, serta kerap kali didorong oleh faktor emosional ketimbang pertimbangan rasional. Dalam konteks era digital, perilaku konsumtif mengalami pergeseran bentuk akibat tingginya tingkat integrasi platform digital dalam aktivitas sehari-hari. Pramesti et al. (2021) menjelaskan bahwa keterkaitan antara ekosistem e-commerce dan transportasi online menciptakan fleksibilitas yang sangat tinggi bagi konsumen dalam mengakses barang dan jasa, yang pada akhirnya memicu peningkatan dorongan belanja impulsif (*impulsive buying*). Di wilayah pedesaan atau daerah non-metropolitan, perilaku konsumtif tidak berdiri sendiri melainkan bertautan erat dengan literasi digital dan kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat. Menurut Fadila et al. (2025),

keterbatasan atau kekurangsiapan literasi digital di tengah masifnya paparan e-commerce dan layanan digital dapat mengakibatkan keputusan konsumsi yang tidak terencana dan boros. Oleh karena itu, perubahan pola mobilitas yang dimotori oleh digitalisasi berpotensi memengaruhi cara masyarakat mengalokasikan sumber daya finansialnya secara signifikan.

Budaya Gaya Hidup Digital

Budaya gaya hidup digital menggambarkan penetrasi pola perilaku, kebiasaan, nilai, serta norma baru yang terbentuk akibat adopsi teknologi digital dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari. Kasmirandi (2023) mengemukakan bahwa perkembangan teknologi yang masif menuntut masyarakat dari berbagai lapisan untuk beradaptasi terhadap era digitalisasi, di mana adaptasi ini tidak hanya memengaruhi sektor pendidikan dan bisnis, tetapi juga membentuk pola pikir dan kebiasaan harian. Ketika platform digital terintegrasi ke dalam sarana mobilitas dan transaksi, masyarakat secara bertahap mengadopsi rutinitas serba instan, praktis, dan terkoneksi secara kontinu. Perubahan budaya gaya hidup ini berdampak langsung pada pola pemenuhan kebutuhan harian. Menurut Ahmed (2025), integrasi digital pada sistem mobilitas dan layanan publik mempercepat transisi gaya hidup masyarakat menuju ekosistem serba digital, yang kemudian mengarahkan norma sosial pada penerimaan transaksi nontunai dan belanja berbasis aplikasi secara meluas.

Interaksi Sosial di Era Digital

Interaksi sosial mencakup hubungan timbal balik antarindividu atau kelompok yang membentuk struktur dan dinamika sosial dalam masyarakat. Penetrasi teknologi informasi dan transportasi digital telah menggeser medium serta pola interaksi sosial dari yang semula berbasis tatap muka fisik menjadi berbasis jaringan (*network-mediated interaction*). Kurniawati (2022) menggarisbawahi bahwa kesenjangan digital (*digital divide*) yang terjadi di berbagai daerah di Indonesia memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat dalam ekosistem digital, yang pada akhirnya membentuk pola keterlibatan sosial yang bervariasi. Ketika mobilitas masyarakat menjadi lebih efisien dan terdigitalkan, pola komunikasi serta pengaruh lingkungan (*social influence*) dalam lingkaran pertemanan dan komunitas ikut berubah. Konformitas kelompok dalam ruang digital, seperti gaya hidup yang ditampilkan di media sosial atau platform mobilitas, menjadi saluran baru bagi penyebaran tren konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi sosial bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan keterpaparan teknologi dengan perubahan sikap dan perilaku individu dalam bermasyarakat.

Persepsi Efisiensi Ekonomi

Persepsi efisiensi ekonomi merupakan penilaian subjektif individu mengenai sejauh mana pemanfaatan suatu teknologi atau sistem baru dapat menghemat waktu, tenaga, serta pengeluaran finansial dalam memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Kasmirandi et al. (2025),

implementasi teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) dan otomatisasi digital berkontribusi nyata terhadap efisiensi operasional dan peningkatan daya tahan ekonomi, baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Sari dan Christiani (2023) menambahkan bahwa di daerah non-metropolitan atau wilayah rural, persepsi efisiensi ekonomi menjadi variabel kunci yang menentukan keberhasilan adopsi teknologi. Apabila masyarakat merasa bahwa transformasi mobilitas digital mampu mengurangi pengeluaran transportasi serta menghemat alokasi waktu harian, efisiensi tersebut akan mengubah ruang alokasi anggaran rumah tangga. Alokasi dana yang berhasil dihemat tersebut kerap kali dialihkan untuk memenuhi kebutuhan konsumtif lainnya, sehingga persepsi efisiensi ekonomi menjadi determinan penting dalam mengarahkan pola konsumsi masyarakat.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kerangka Pikir (Lihat Pada Gambar 1)

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat

Kemudahan aksesibilitas dan digitalisasi pada sektor transportasi memberikan fleksibilitas tinggi bagi masyarakat untuk menjangkau pusat ekonomi dan layanan digital. Kemudahan ini mengurangi hambatan jarak dan waktu, sehingga mendorong frekuensi transaksi harian masyarakat (Pramesti et al., 2021). Maka dirumuskan hipotesis:

H1: Transformasi mobilitas berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Budaya Gaya Hidup Digital

Penerapan teknologi digital dalam mobilitas harian memaksa pengguna untuk terbiasa menggunakan aplikasi, pembayaran digital, dan sistem informasi real-time (Nikitas et al., 2020; Kasmirandi, 2023). Maka dirumuskan hipotesis:

H2: Transformasi mobilitas berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan budaya gaya hidup digital.

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Interaksi Sosial

Penggunaan platform mobilitas cerdas mengubah modalitas komunikasi dan interaksi antaranggota masyarakat (Ahonen et al., 2024). Maka dirumuskan hipotesis:

H3: Transformasi mobilitas berkelanjutan berpengaruh signifikan terhadap interaksi sosial masyarakat.

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Persepsi Efisiensi Ekonomi:

Pemanfaatan sistem transportasi berkelanjutan berbasis AI dan digitalisasi menawarkan optimalisasi biaya perjalanan dan efisiensi waktu harian (Kasmirandi et al., 2025). Maka dirumuskan hipotesis:

H4: Transformasi mobilitas berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi efisiensi ekonomi masyarakat.

Peran Mediasi Budaya Gaya Hidup Digital

Transformasi mobilitas berkelanjutan membentuk budaya gaya hidup digital yang serba praktis yang kemudian memicu adopsi belanja secara impulsif (Ahmed, 2025; Pramesti et al., 2021). Maka dirumuskan hipotesis:

H5: Perubahan budaya gaya hidup digital memediasi pengaruh transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Peran Mediasi Interaksi Sosial

Interaksi sosial yang terjadi di dalam ekosistem digital menyebarkan norma sosial baru dan memfasilitasi dorongan konformitas antarindividu (Kurniawati, 2022). Maka dirumuskan hipotesis:

H6: Interaksi sosial memediasi pengaruh transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Peran Mediasi Persepsi Efisiensi Ekonomi

Efisiensi biaya dan waktu yang diperoleh dari pemanfaatan mobilitas berkelanjutan memberikan sisa anggaran (disposable income) yang kerap dialokasikan kembali ke aktivitas konsumtif (Kasmirandi et al., 2025; Sari & Christiani, 2023). Maka dirumuskan hipotesis:

H7: Persepsi efisiensi ekonomi memediasi pengaruh transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei yang didukung metode campuran (mixed-method) melalui studi literatur, telaah kebijakan, observasi awal, survei, dan wawancara mendalam dengan masyarakat serta pemangku kepentingan lokal. Pengumpulan data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei yang didukung metode campuran (mixed-method) melalui survei dan wawancara mendalam untuk memperoleh data kuantitatif dan kualitatif yang saling melengkapi. Data yang terkumpul dianalisis secara terintegrasi menggunakan teknik statistik dan analisis tematik guna menghasilkan temuan yang komprehensif.

Secara matematis, model hubungan kausalitas antar variabel disusun dalam dua substruktur persamaan linier sebagai berikut:

Substruktur 1 Pengaruh Mobilitas Berkelanjutan Terhadap Variabel Mediasi

$$Y1 = \gamma_{11} X + \zeta_1$$

$$Y2 = \gamma_{21} X + \zeta_2$$

$$Y3 = \gamma_{31} X + \zeta_3$$

Substruktur 2 Pengaruh Mobilitas Berkelanjutan dan Mediasi Terhadap Perilaku Konsumtif

$$Z = \gamma_{01} X + \beta_{41} Y1 + \beta_{42} Y2 + \beta_{43} Y3 + \zeta_4$$

Keterangan

X	:	Transformasi Mobilitas Berkelanjutan (Variabel Eksogen Utama)
Y1	:	Budaya Gaya Hidup Digital (Variabel Mediasi 1)
Y2	:	Interaksi Sosial Digital (Variabel Mediasi 2)
Y3	:	Persepsi Efisiensi Ekonomi (Variabel Mediasi 3)
Z	:	Perilaku Konsumtif Masyarakat (Variabel Endogen Utama)
Γ_{ij}	:	Koefisien jalur pengaruh langsung dari variabel eksogen (X) ke variabel endogen/mediasi
Bjk	:	Koefisien jalur pengaruh langsung dari variabel mediasi (Y) ke variabel endogen utama (Z)
ζ_m (zeta)	:	Kesalahan struktural (<i>structural error term</i>) pada masing-masing persamaan

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan desain survei untuk menganalisis hubungan kausal antara transformasi mobilitas berkelanjutan, perubahan budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, persepsi efisiensi ekonomi, dan perilaku konsumtif masyarakat di era digital. Penelitian dilakukan di Kabupaten Soppeng sebagai representasi wilayah non-metropolitan yang sedang mengalami transformasi mobilitas digital namun masih memiliki keterbatasan ekosistem teknologi dan literasi digital masyarakat. Model penelitian dirancang untuk menguji pengaruh langsung transformasi mobilitas berkelanjutan terhadap perilaku konsumtif masyarakat, serta pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi berupa perubahan budaya gaya hidup digital, interaksi sosial dan persepsi efisiensi ekonomi masyarakat. Analisis hubungan antarvariabel dilakukan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) berbasis SPSS untuk mengetahui besarnya pengaruh langsung maupun tidak langsung dalam model penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Soppeng yang menggunakan layanan transportasi dan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria:

1. Masyarakat yang menggunakan teknologi digital,
2. Masyarakat yang pernah menggunakan layanan mobilitas berbasis digital,
3. Berusia minimal 17 tahun,
4. Berdomisili di kabupaten Soppeng,

5. Pernah menggunakan layanan mobilitas berbasis digital (seperti ojek online, kurir digital, pengiriman barang, atau aplikasi transportasi/peta),
6. Pernah bertransaksi menggunakan teknologi digital (seperti QRIS, M-Banking, dompet digital/e-wallet untuk kebutuhan perjalanan atau pengiriman).

Jumlah sampel penelitian direncanakan sebanyak 100 responden agar memenuhi kebutuhan analisis jalur (*path analysis*).

Metode Pengumpulan Data

Terstruktur yaitu mengumpulkan data kuantitatif dari masyarakat terkait pola mobilitas, pemanfaatan teknologi digital, dan perilaku konsumtif.

Wawancara Mendalam yaitu menggali perspektif dan tantangan implementasi dari pemerintah daerah, pelaku transportasi, dan tokoh masyarakat. Observasi Lapangan yaitu validasi empiris atas kondisi infrastruktur, pemanfaatan teknologi, dan praktik konsumsi warga. Studi Literatur & Kebijakan yaitu menelaah jurnal, buku, serta regulasi nasional/daerah untuk memperkuat landasan teoritis. Dokumentasi yaitu mengumpulkan arsip dan laporan resmi sebagai data pendukung untuk menghasilkan rekomendasi kebijakan yang aplikatif.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam beberapa tahap, yaitu:

1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen menggunakan SPSS.
2. Analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi variabel penelitian.
3. Analisis jalur (*path analysis*) menggunakan SPSS untuk menguji:

Interpretasi hasil analisis digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi kebijakan transformasi mobilitas berkelanjutan di daerah non-metropolitan.

- a. Pengaruh Langsung Transformasi Mobilitas Berkelanjutan Terhadap Perilaku Konsumtif
- b. Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan Terhadap Budaya Gaya Hidup Digital, Interaksi Social, Persepsi Efisiensi Ekonomi Serta Pengaruh Mediasi Masing-Masing Variabel Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Berdasarkan tabel karakteristik responden di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 55 orang (55%). Sementara itu, responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 45 orang (45%) dari total keseluruhan 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan sedikit lebih dominan dibandingkan responden laki-laki, meskipun distribusi sampel tergolong cukup seimbang.

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia di atas, kelompok responden terbanyak didominasi oleh kelompok usia 21–30 tahun, yaitu sebanyak 41 orang (41%). Posisi kedua ditempati oleh kelompok usia 17–20 tahun sebanyak 28 orang (28%), disusul oleh kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 23 orang (23%). Sementara itu, kelompok responden dengan usia di atas 40 tahun memiliki proporsi terkecil, yaitu hanya 8 orang (8%) dari total keseluruhan 100 responden. (Lihat pada Tabel 3)

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan utama di atas, proporsi terbesar didominasi oleh kelompok Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 38 orang (38%). Kelompok pekerjaan terbanyak kedua adalah Karyawan Swasta/BUMN/Honorer sebesar 23 orang (23%), diikuti oleh Wirausaha/Pedagang/Petani sebanyak 17 orang (17%), dan kategori Lainnya sebanyak 15 orang (15%). Sementara itu, kelompok Pegawai Negeri (ASN)/TNI/Polri memiliki proporsi terendah, yaitu hanya 7 orang (7%) dari total keseluruhan 100 responden. (Lihat pada Tabel 4)

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan di atas, kelompok responden terbanyak berada pada tingkat pendapatan < Rp2.000.000, yaitu sebanyak 43 orang (43%). Kelompok terbesar kedua adalah responden dengan pendapatan Rp2.000.000 – Rp5.000.000 sebanyak 37 orang (37%), diikuti oleh kategori Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebesar 17 orang (17%). Sementara itu, kelompok responden dengan pendapatan > Rp10.000.000 memiliki proporsi terendah, yaitu hanya 3 orang (3%) dari total keseluruhan 100 responden. (Lihat pada Tabel 5)

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan kecamatan domisili di atas, sebaran responden berasal dari 8 kecamatan dengan proporsi terbanyak berada di Kecamatan Lalabata, yaitu sebanyak 23 orang (23%). Posisi selanjutnya diduduki oleh Kecamatan Marioriwawo dan Kecamatan Marioriwawa yang masing-masing menyumbang 14 orang (14%), disusul Kecamatan Ganra sebanyak 13 orang (13%), Kecamatan Citta sebanyak 12 orang (12%), serta Kecamatan Donri-Donri sebanyak 10 orang (10%). Sementara itu, kecamatan dengan sebaran terkecil adalah Kecamatan Lilirilau sebanyak 8 orang (8%) dan Kecamatan Liliriaja sebanyak 6 orang (6%) dari total keseluruhan 100 responden.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil Uji Validitas pada Tabel 5.9 diatas dapat diketahui bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel yaitu transformasi mobilitas berkelanjutan, budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, persepsi efisiensi ekonomi dan perilaku konsumtif masyarakat dinyatakan valid karena pada seluruh indikator memiliki r hitung lebih besar dari r table. (Lihat pada Tabel 6)

Uji Reliabilitas

Berdasarkan Uji Reliabilitas pada Tabel 7 diatas diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada masing-masing variabel yaitu transformasi mobilitas berkelanjutan, budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, persepsi efisiensi ekonomi dan perilaku konsumtif masyarakat adalah 0.741 dan lebih besar dari 0.60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel adalah reliable karena memenuhi persyaratan minimal koefisien *cronbach's alpha* > 0.60 . (Lihat pada Tabel 7)

Uji Hipotesis

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat (H1)

Hasil analisis regresi pada Tabel 3 menunjukkan nilai $t = 3.657$ dengan tingkat signifikansi $0.000 (< 0.05)$. Hal ini membuktikan bahwa H1 diterima. Kemudahan aksesibilitas dan digitalisasi pada sektor transportasi memberikan fleksibilitas tinggi bagi masyarakat untuk menjangkau pusat ekonomi dan layanan digital. Kemudahan ini mengurangi hambatan jarak dan waktu, sehingga mendorong frekuensi transaksi harian masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian Pramesti et al. (2021) yang menyatakan bahwa integrasi moda transportasi dan platform digital berbanding lurus dengan peningkatan dorongan konsumsi impulsif. (Lihat pada Tabel 8)

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Budaya Gaya Hidup Digital (H2)

Nilai t hitung sebesar 6.306 dengan $p\text{-value } 0.000 (< 0.05)$ pada Tabel 4 mengindikasikan bahwa H2 diterima. Penerapan teknologi digital dalam mobilitas harian memaksa pengguna untuk terbiasa menggunakan aplikasi, pembayaran digital, dan sistem informasi real-time. Sebagaimana dijelaskan oleh Nikitas et al. (2020) dan Kasmirandi (2023), pembiasaan penggunaan teknologi secara terus-menerus merestrukturisasi kebiasaan dan menciptakan budaya gaya hidup baru berbasis digital. (Lihat pada Tabel 9)

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Interaksi Sosial (H3)

Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan $t = 4.390$ dan $p = 0.000 (< 0.05)$, yang berarti H3 diterima. Penggunaan platform mobilitas cerdas mengubah modalitas komunikasi dan interaksi antaranggota masyarakat. Menurut Ahonen et al. (2024), inovasi mobilitas cerdas menciptakan pola konektivitas baru antar-pengguna, menggeser interaksi konvensional menuju interaksi sosial terdigitalkan berbasis komunitas pengguna aplikasi. (Lihat pada Tabel 10)

Pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Persepsi Efisiensi Ekonomi (H4)

Diperoleh nilai $t = 3.648$ dan $Sig = 0.000 (< 0.05)$ pada Tabel 6, sehingga H4 diterima. Pemanfaatan sistem transportasi berkelanjutan berbasis AI dan digitalisasi menawarkan optimalisasi biaya perjalanan dan efisiensi waktu harian. Kasmirandi et al. (2025) menegaskan bahwa penerapan teknologi digital secara signifikan meningkatkan persepsi efisiensi ekonomi masyarakat. (Lihat pada Tabel 11)

Peran Mediasi Budaya Gaya Hidup Digital

Pengujian regresi tahap dua menunjukkan pengaruh signifikan Budaya Gaya Hidup Digital terhadap Perilaku Konsumtif ($t = 8.220$, $p = 0.000$). Untuk menguji efek mediasi Budaya Gaya Hidup Digital (Y1) dalam hubungan antara Transformasi Mobilitas Berkelanjutan (X) dan Perilaku Konsumtif Masyarakat (Z), dilakukan kalkulasi Uji Sobel berikut: (Lihat pada Tabel 12)

Berdasarkan Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y1 pada Tabel 13, diperoleh nilai $z\text{-score} = 4.986 (> 1.96)$ dengan $p\text{-value} = 0.000 (< 0.05)$. Dengan demikian, H5 diterima. Transformasi mobilitas berkelanjutan membentuk budaya gaya hidup digital yang serba praktis, yang kemudian memicu adopsi belanja secara impulsif akibat keterpaparan promosi dan e-commerce yang berjalan sejajar dengan keterbiasaan digital (Ahmed, 2025; Pramesti et al., 2021). (Lihat pada Tabel 13)

Peran Mediasi Interaksi Sosial (H6)

Interaksi Sosial memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ($t = 7.278$, $p = 0.000$). Pengujian efek mediasi Interaksi Sosial (Y2) dilakukan melalui kalkulasi Uji Sobel berikut: (Lihat pada Tabel 14 dan 15)

Hasil Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y2 pada Tabel 15 menghasilkan nilai $z\text{-score} = 3.754 (> 1.96)$ dengan $p\text{-value} = 0.000174 (< 0.05)$. Hal ini mengonfirmasi bahwa Interaksi Sosial secara signifikan memediasi hubungan antara Transformasi Mobilitas Berkelanjutan dan Perilaku Konsumtif Masyarakat, sehingga **H6 diterima**. Interaksi sosial dalam ekosistem digital menyebarkan norma baru dan dorongan konformitas antarindividu (Kurniawati, 2022).

Peran Mediasi Persepsi Efisiensi Ekonomi (H7)

Persepsi Efisiensi Ekonomi berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif ($t = 3.392$, $p = 0.001$). Pengujian peran mediasi Persepsi Efisiensi Ekonomi (Y3) dilakukan melalui Uji Sobel berikut: (Lihat pada Tabel 16 dan 17)

Berdasarkan Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y3 pada Tabel 17, diperoleh nilai $z\text{-score}$ sebesar 2,482 ($> 1,96$) dan $p\text{-value}$ sebesar 0,01306 ($< 0,05$). Hasil ini membuktikan bahwa Persepsi Efisiensi Ekonomi secara signifikan memediasi pengaruh Transformasi Mobilitas Berkelanjutan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat, sehingga H7 diterima. Efisiensi biaya

dan waktu yang diperoleh dari pemanfaatan mobilitas berkelanjutan memberikan sisa anggaran (*disposable income*) atau ruang waktu lebih bagi masyarakat. Kasmirandi et al. (2025) serta Sari dan Christiani (2023) mengindikasikan bahwa persepsi atas penghematan tersebut kerap dialokasikan kembali oleh masyarakat ke aktivitas konsumtif lainnya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi mobilitas berkelanjutan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat di era digital, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi. Tiga variabel mediasi yang diuji budaya gaya hidup digital, interaksi sosial, dan persepsi efisiensi ekonomi terbukti secara signifikan menyalurkan dampak transformasi mobilitas digital terhadap peningkatan kecenderungan konsumtif masyarakat di wilayah non-metropolitan seperti Kabupaten Soppeng.

Implikasi Praktis

Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan perlu mengimbangi perluasan infrastruktur mobilitas digital dengan program penguatan literasi digital dan literasi keuangan. Hal ini penting agar efisiensi ekonomi yang diperoleh dari transformasi digital tidak tergerus oleh pola konsumsi impulsif dan non-produktif.

Keterbatasan dan Saran Penelitian Masa Depan

Penelitian ini terbatas pada lingkup geografis Kabupaten Soppeng dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah ke beberapa daerah non-metropolitan lainnya serta mengintegrasikan variabel moderasi seperti tingkat pendapatan rumah tangga dan kelompok usia.

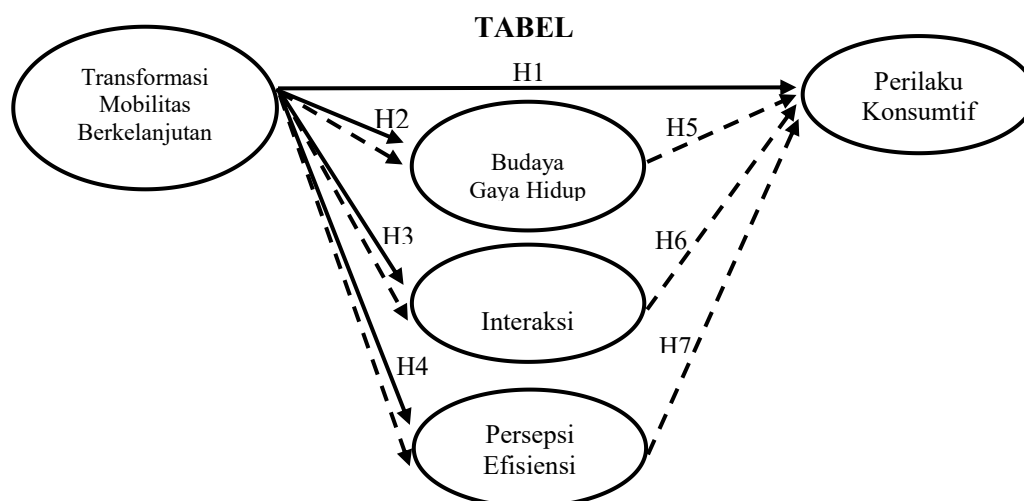
Penghargaan/Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas dukungan pendanaan penelitian melalui Skema Penelitian Dosen Pemula (PDP) Tahun Anggaran 2026. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Kabupaten Soppeng dan seluruh responden yang telah berpartisipasi aktif dalam pengumpulan data penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, W. (2025). Optimizing sustainable urban mobility through digital integration. *Sustainable Futures*, 10, 100879. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100879>
- Ahonen, V., Hussain, S., Merisalo, V., Pekkala, V., & Leviäkangas, P. (2024). Addressing sustainability in mobility: A study on Finnish smart mobility innovation projects. *European Transport Research Review*, 16(7), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s12544-023-00630-0>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Boczkowski, P. J., Matassi, M., & Mitchelstein, E. (2018). How young users deal with multiple platforms in daily life. *Information, Communication & Society*, 21(2), 245–259.

- <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1266372>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Kasmirandi, K. (2023). Penerapan Technopreneurship pada Kinerja Student Startup di Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 281–286. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.244>
- Kasmirandi, K., Chaeruddin, C., Abbas, S. A., Kusumawardhani, Z. N., & Erwin, E. (2025). Analisis Penerapan AI dan Pengembangan SDM untuk Resiliensi Bisnis UMKM Sulawesi Selatan. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 529–536.
- Kurniawati, M. A. (2022). Analysis of the digital divide and its factors: Evidence from Indonesia. *Information Development*, 38(4), 571–587. <https://doi.org/10.1177/02666669211014022>
- Nikitas, A., Michalakopoulou, K., Njoya, E. T., & Karampatzakis, D. (2020). Artificial Intelligence, Transport and the Smart City: Definitions and Dimensions of a New Mobility Era. *Sustainability*, 12(7), 2789. <https://doi.org/10.3390/SU12072789>
- Nurul Fadila, Siti Nurul Zakiah, Winda Lestari, Firqa Najia, & Fakhira Husain (2025). Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Era E-Commerce. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*. <https://doi.org/10.63822/6vch2745>
- Pramesti, R. D., Setyorini, R., & Wulandari, R. (2021). Transformasi perilaku konsumen dalam ekosistem digital: Analisis dampak platform e-commerce dan transportasi online. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 4(2), 112–125.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press. <https://books.google.com/books?id=9U1K5LjUOwEC>
- Sari, D. P., & Christiani, L. (2023). Tantangan transformasi digital di wilayah rural: Analisis kesenjangan akses dan efisiensi ekonomi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(1), 45–58. <https://doi.org/10.46937/21202345021>
- Taşdemir, B. D., & Ayan, M. A. (2025). Driving to Future Integrating Digital Transformation to Sustainable Transportation. 91–120. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6284-6.ch004>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222–243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.



Gambar 1 Kerangka Pikir

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki-laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
17-20 tahun	28	28%
21-30	41	41%
31-40	23	23%
Diatas 40 tahun	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Utama

Pekerjaan utama	Jumlah (Orang)	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	38	38%
Karyawan Swasta/BUMN/Honorer	23	23%
Pegawai Negeri (ASN)/TNI / Polri	7	7%
Wirausaha/ Pedagang/ Petani	17	17%
Lainnya	15	15%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan	Jumlah (Orang)	Persentase
< Rp 2.000.000	43	43%
Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	37	37%
Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000	17	17%
> Rp 10.000.000	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan Domisili

Kecamatan Domisili	Jumlah (orang)	Persentase
Lalabata	23	23%
Donri-Donri	10	10%
Marioriwawo	14	14%
Ganra	13	13%
Lilirilau	8	8%
Citta	12	12%
Liliriaja	6	6%
Marioriawa	14	14%
Total	100	100%

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 6. Uji Validitas

Tabel 3. Uji Varietas					
NO	Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
1	Transformasi Mobilitas Berkelanjutan (X)	X.1	0.543	0.1946	Valid
		X.2	0.639	0.1946	Valid
		X.3	0.682	0.1946	Valid
		X.4	0.702	0.1946	Valid

		X.5	0.533	0.1946	Valid
		X.6	0.451	0.1946	Valid
		X.7	0.586	0.1946	Valid
		X.8	0.456	0.1946	Valid
		X.9	0.282	0.1946	Valid
2	Budaya Gaya Hidup Digital (Y1)	Y1.1	0.473	0.1946	Valid
		Y1.2	0.364	0.1946	Valid
		Y1.3	0.551	0.1946	Valid
		Y1.4	0.559	0.1946	Valid
		Y1.5	0.491	0.1946	Valid
		Y1.6	0.589	0.1946	Valid
		Y1.7	0.594	0.1946	Valid
		Y1.8	0.619	0.1946	Valid
		Y1.9	0.546	0.1946	Valid
3	Interaksi Sosial (Y2)	Y2.1	0.549	0.1946	Valid
		Y2.2	0.368	0.1946	Valid
		Y2.3	0.573	0.1946	Valid
		Y2.4	0.511	0.1946	Valid
		Y2.5	0.441	0.1946	Valid
		Y2.6	0.573	0.1946	Valid
		Y2.7	0.593	0.1946	Valid
		Y2.8	0.569	0.1946	Valid
		Y2.9	0.644	0.1946	Valid
4	Persepsi Efisiensi Ekonomi (Y3)	Y3.1	0.540	0.1946	Valid
		Y3.2	0.615	0.1946	Valid
		Y3.3	0.767	0.1946	Valid
		Y3.4	0.618	0.1946	Valid
		Y3.5	0.557	0.1946	Valid
		Y3.6	0.778	0.1946	Valid
		Y3.7	0.629	0.1946	Valid
		Y3.8	0.635	0.1946	Valid
		Y3.9	0.540	0.1946	Valid
5	Perilaku Konsumtif Masyarakat (Z)	Z.1	0.784	0.1946	Valid
		Z.2	0.780	0.1946	Valid
		Z.3	0.735	0.1946	Valid
		Z.4	0.747	0.1946	Valid
		Z.5	0.742	0.1946	Valid
		Z.6	0.694	0.1946	Valid
		Z.7	0.543	0.1946	Valid
		Z.8	0.744	0.1946	Valid
		Z.9	0.705	0.1946	Valid

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 7. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbachs Alpha	Keterangan
1	Transformasi Mobilitas Berkelanjutan (X1)	0.726	Reliabel
2	Budaya Gaya Hidup Digital (Y1)	0.724	Reliabel
3	Interaksi Sosial (Y2)	0.725	Reliabel
4	Persepsi Efisiensi Ekonomi (Y3)	0.755	Reliabel
5	Perilaku Konsumtif Masyarakat (Z)	0.773	Reliabel

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 8. Hasil Regresi Pengaruh X terhadap Z

	Understadarized Coefficient	Standardized
--	-----------------------------	--------------

Model		B	Std. Error	Coefficient Beta	t	Sig.
1	(Constant)	15.713	5.158		3.046	.003
	Transformasi_Mobilitas_Berkelanjutan	.536	.146	.347	3.657	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Masyarakat

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 9. Hasil Regresi Pengaruh X terhadap Y1

		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Model		B	Std. Error			
1	(Constant)	13.634	3.224		4.229	.000
	Transformasi_Mobilitas_Berkelanjutan	.577	.092	.537	6.306	.000

a. Dependent Variable: Budaya Gaya Hidup Digital

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 10. Hasil Regresi Pengaruh X terhadap Y2

		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Model		B	Std. Error			
1	(Constant)	20.285	3.126		6.490	.000
	Transformasi_Mobilitas_Berkelanjutan	.390	.089	.405	4.390	.000

a. Dependent Variable: Interaksi Sosial

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 11. Hasil Regresi Pengaruh X terhadap Y3

		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Model		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.756	3.766		5.245	.000
	Transformasi_Mobilitas_Berkelanjutan	.390	.107	.346	3.648	.000

a. Dependent Variable: Persepsi Efisiensi Ekonomi

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 12. Hasil Regresi Pengaruh Y1 terhadap Z

		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
Model		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.360	3.814		.881	.381
	Budaya Gaya Hidup Digital	.919	.112	.639	8.220	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Masyarakat

Sumber: Olah Data (2026)

Tabel 13. Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y1

Input	
a	0.577 (Unstandardized B: X -> Y1)
b	0.919 (Unstandardized B: Y1 -> Z)
sa	0.092 (Std. Error: X -> Y1)

sb	0.112 (Std. Error: Y1 -> Z)
Kalkulasi Sobel Test Statistic	
a * b	0.577 * 0.919 = 0.530263
se	$\sqrt{b^2 * sa^2 + a^2 * sb^2}$
	$\sqrt{(0.919)^2 * (0.092)^2 + (0.577)^2 * (0.112)^2}$
	$\sqrt{0.007133 + 0.004177} = \sqrt{0.011310} = 0.106348$
z	0.530263 / 0.106348 = 4.9861
Hasil Uji Sobel	
Sobel Test Statistic (z)	4.986
One-tailed probability	0.0000003
Two-tailed probability	0.0000006 (p < 0.05)
Sumber: Olah Data (2026)	

Tabel 14. Hasil Regresi Pengaruh Y2 terhadap Z

Model		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.138	4.469		.478	.633
	Interaksi Sosial	.953	.131	.592	7.278	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Masyarakat						
Sumber: Olah Data (2026)						

Tabel 15. Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y2

Input	
a	0.390 (Unstandardized B: X -> Y2)
b	0.953 (Unstandardized B: Y2 -> Z)
sa	0.089 (Std. Error: X -> Y2)
sb	0.131 (Std. Error: Y2 -> Z)
Kalkulasi Sobel Test Statistic	
a * b	0.390 * 0.953 = 0.371670
se	$\sqrt{b^2 * sa^2 + a^2 * sb^2}$
	$\sqrt{(0.953)^2 * (0.089)^2 + (0.390)^2 * (0.131)^2}$
	$\sqrt{0.007194 + 0.002610} = \sqrt{0.009804} = 0.099015$
z	0.371670 / 0.099015 = 3.7537
Hasil Uji Sobel	
Sobel Test Statistic (z)	3.754
One-tailed probability	0.000087
Two-tailed probability	0.000174 (p < 0.05)
Sumber: Olah Data (2026)	

Tabel 16. Hasil Regresi Pengaruh Y3 terhadap Z

Model		Understadarized Coefficient		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	19.609	4.416		4.441	.000
	Persepsi Efisiensi Ekonomi	.444	.131	.324	3.392	.001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif Masyarakat						
Sumber: Olah Data (2026)						

Tabel 17. Kalkulasi Uji Sobel Mediasi Y3

Input	
a	0.390 (Unstandardized B: X -> Y3)
b	0.444 (Unstandardized B: Y3 -> Z)
sa	0.107 (Std. Error: X -> Y3)
sb	0.131 (Std. Error: Y3 -> Z)
Kalkulasi Sobel Test Statistic	
a * b	$0.390 * 0.444 = 0.173160$
se	$\sqrt{b^2 * sa^2 + a^2 * sb^2}$
	$\sqrt{(0.444)^2 * (0.107)^2 + (0.390)^2 * (0.131)^2}$
	$\sqrt{0.002257 + 0.002610} = \sqrt{0.004867} = 0.069764$
z	$0.173160 / 0.069764 = 2.4821$
Hasil Uji Sobel	
Sobel Test Statistic (z)	2.482
One-tailed probability	0.00653
Two-tailed probability	0.01306 ($p < 0.05$)
Sumber: Olah Data (2026)	