

PENELITIAN TERAPAN

**PENGARUH FINTECH PAYMENT DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**



Disusun oleh:

Tiara Ayu Kristyaningrum

21211020

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2025

**PENGARUH FINTECH PAYMENT DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA**

Laporan Penelitian Terapan

**Laporan penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan
jenjang Sarjana Terapan Ekonomi Universitas Islam Indonesia**

Tiara Ayu Kristyaningrum

21211020

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL SARJANA TERAPAN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
2025**

PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN

“Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa laporan penelitian terapan ini ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orangn lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukum atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Agustus 2025

Penulis



Tiara Ayu Kristyaningrum

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENELITIAN TERAPAN
PENGARUH FINTECH PAYMENT DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM
INDONESIA



Disusun Oleh:

Nama : Tiara Ayu Kristyaningrum
No. Mahasiswa : 21211020
Program Studi : Bisnis Digital

Telah disetujui oleh dosen pembimbing

Pada Tanggal : 19 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

(Khoirina Noor Anindya, SE., M.Sc.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

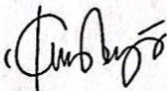
LAPORAN PENELITIAN TERAPAN


Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan
Untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Nama : Tiara Ayu Kristyaningrum
No. Mahasiswa : 21211020
Program Studi : Bisnis Digital

Yogyakarta, 2 September 2015

Disahkan oleh:

Penguji 1 : Khoirina Noor Anindya, SE., M.Sc. ()

Penguji 2 : Sukardi, S.E., M.Si. ()

Mengetahui

Ketua Program Studi

Bisnis Digital



(Arief Darmawan, S.E., M.M.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *fintech payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 83 responden mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fintech payment* dan literasi keuangan keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan *fintech payment* dan literasi keuangan, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga meningkat, meskipun konsumsi yang didorong oleh literasi keuangan cenderung lebih terencana. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 26,8% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menyarankan perlunya peningkatan edukasi literasi keuangan dan pengelolaan penggunaan *fintech* yang bijak agar perilaku konsumtif mahasiswa dapat lebih terkendali.

Kata kunci: *fintech payment*, literasi keuangan, perilaku konsumtif, mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of fintech payment usage and financial literacy on the consumptive behavior of students at Universitas Islam Indonesia. Employing a quantitative research method, data were collected through questionnaires from 83 student respondents and analyzed using multiple linear regression with SPSS software. The results demonstrate that both fintech payment and financial literacy have a positive and significant effect on students' consumptive behavior. Specifically, higher fintech payment usage corresponds to increased tendencies towards consumptive behavior among students. Interestingly, financial literacy also positively influences consumptive behavior, which suggests that consumption influenced by financial literacy might be more planned and controlled. Together, these variables explain 26.8% of the variance in consumptive behavior, while the remaining variance is attributed to other unexamined factors. The study highlights the need for enhancing financial education and promoting responsible fintech use to encourage more prudent consumption among students.

Keywords: *fintech payment, financial literacy, consumptive behavior, students.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Wr, Wb

Dengan mengucapkan alhamdulillahirabbil'alamin puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul “Pengaruh fintech payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”.

Skripsi ini disusun dan diajukan guna memenuhi salah satu syarat program sarjana. Program Studi Sarjana terapan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat dukungan, bimbingan, bantuan, nasehat, serta doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini berhasil terselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik.
2. Bapak Arief Darmawan, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Khoirina Noor Anindya,SE., M.Sc. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu selaku dosen pembimbing yang tidak hanya membimbing secara akademik, tetapi juga menjadi penyemangat dan motivator selama proses penulisan skripsi ini. Bimbingan dan dukungan Ibu yang tulus sangat berarti, terutama di saat penulis menghadapi kesulitan. Terima kasih atas kesediaan Ibu dalam membimbing dengan sabar, membuka ruang konsultasi dengan terbuka, dan memberikan arahan dengan hati. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan Ibu dengan limpahan kesehatan, keberkahan, dan pahala yang terbaik.

4. Seluruh Dosen Program Studi Bisnis Digital yang telah bersedia memberikan ilmu dan waktunya dalam membimbing penulis selama menempuh jenjang perkuliahan di Universitas Islam Indonesia.
5. Kepada kedua orang tua saya Bapak Krisna Setiawan dan Ibu Kristina Nurhayati, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup saya, dua orang yang selalu mengusahakan anaknya menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Kepada cinta pertama saya yaitu Bapak saya, terimakasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa mencapai di tahap ini, demi anakmu dapat mengenyam pendidikan sampai tingkat ini, dan terimakasih telah menjadi contoh untuk selalu menjadi seorang anak perempuan yang kuat. Untuk pintu surga yaitu Ibu saya, terimakasih atas segala motivasi, pesan, doa, dan harapan yang selalu mendampingi setiap langkah anakmu untuk menjadi seseorang yang berpendidikan, terimakasih atas kasih dan sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya, terimakasih telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi, serta pelita yang tak pernah padam dalam setiap langkah yang saya tempuh. Terakhir, terimakasih atas segala hal yang kalian berikan yang tak terhitung jumlahnya.
6. Kepada saudara kandung penulis, Zahra Riskita Maharani. Terimakasih untuk doa dan dukungannya. Semangat menuntaskan pendidikan, mari kita gapai bersama puncak tertinggi kita menjadi manusia yang sukses dan bermanfaat bagi banyak orang.
7. Kepada cinta kasih keluarga besar Bapak dan Ibu penulis yang tidak bisa di sebutkan satu persatu. Terimakasih selama ini turut serta merawat dan mendidik penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang. Tidak akan pernah hilang dari ingatan tentang goresan indah kehidupan yang kalian torehkan dalam tumbuh kembang penulis.
8. Kepada sahabat penulis Salsa, Balqis, Ica, Tama, Fido, Ririn yang sejak semester awal telah berjuang bersama, menemani, menyemangati dan memotivasi penulis.

9. Kepada seseorang yang penulis tidak dapat menyebutkan namanya, terimakasih telah menjadi penyemangat karna selalu ada dalam suka maupun duka dan tak pernah hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu pikiran maupun moral, menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan berkontribusi banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini. Telah menjadi rumah tempat berkeluh kesahku diwaktu lelahmu, menjadi pendengar yang baik, menghibur, penasehat yang baik, senantiasa memberikan cinta dan semangat untuk pantang menyerah.
10. Diri saya sendiri, Tiara Ayu Kristyaningrum. Terimakasih sudah bertahan atas segala perjuangan, air mata, dan ketidakpastian diperjalanan panjang hidup ini, meskipun sering kali ingin menyerah dan merasa putus asa. Terimakasih karena telah mampu berjuang melalui proses yang panjang selama pendidikan. Apapun kurang dan lebihmu, mari merayakan diri sendiri. *Proud of my self!* Sekali lagi Terimakasih sudah berjuang cantik!

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis menerima segala bentuk kritikan dan saran demi penyempurnaan Tugas akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PENJIPLAKAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian Terapan.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Keuangan	9
2.2.2 Literasi Keuangan.....	14
2.3.1 Fintech Payment	19
2.4.1 Shoppe Pay	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Berpikir	35
2.4 Hipotesis Penelitian	36
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	36
2.5.1 Fintech Payment Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa	36
2.5.2 Literasi Keuangan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	37
2.5.3 Pengaruh Fintech Payment Dan Literasi Keuangan Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Tipe Penelitian	41

3.2 Populasi dan Sampel	41
3.2.1 Populasi.....	41
3.2.2 Sampel	41
3.3.1 Sumber Data	42
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel.....	43
3.5 Metode Analisis Data	45
3.6 Uji Instrumen	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Uji Asumsi Klasik	47
3.7.1 Uji Normalitas	47
3.7.2 Uji Multikolinearitas	47
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	48
3.7.4 Analisis Linear Berganda	48
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
3.7.6 Pengujian Hipotesis	49
DAFTAR PUSTAKA.....	74
Case Processing Summary.....	105
Case Processing Summary.....	105
Case Processing Summary.....	106

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi informasi semakin maju sekaligus mempercepat laju pertumbuhannya di berbagai negara. Penciptaan sistem teknologi ini dapat membantu tugas seseorang dengan lebih mudah dengan menggunakan teknologi yang sekarang dapat diakses (S. E. Putri et al., 2023). Menurut (Danuri, 2021) perkembangan teknologi dalam kehidupan manusia dimulai dari proses yang sederhana dalam kehidupan sehari-hari hingga mencapai tingkat pemenuhan kepuasan sebagai individu dan makhluk sosial. Seiring berjalannya waktu, kemajuan teknologi terus berkembang, dimulai dari era teknologi pertanian, industri, informasi, hingga komunikasi dan keuangan. Perkembangan ini membawa dampak besar bagi kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara, dengan setiap individu tertarik untuk menggunakan dan memanfaatkan kemajuan tersebut.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada era 5.0 ini telah mendorong lahirnya berbagai perusahaan yang berbasis pada teknologi *digital*, termasuk di dalamnya adalah *fintech*. Fenomena ini memungkinkan masyarakat untuk memperoleh akses ke layanan keuangan secara digital dengan lebih mudah dan efisien. *Fintech* sendiri, menurut *National Digital Research Center (NDRC)*, merupakan sebuah inovasi dalam dunia jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi modern untuk menyederhanakan dan mempercepat proses transaksi serta sistem keuangan. Teknologi ini mencakup berbagai aplikasi, platform, dan alat yang digunakan di industri keuangan, seperti alat transaksi digital, aplikasi untuk penyimpanan uang, serta sistem peminjaman uang. Selain itu, *fintech* juga memberikan solusi untuk meningkatkan kelancaran sistem pembayaran, yang sangat berperan dalam mempercepat berbagai transaksi keuangan yang sebelumnya memerlukan waktu lebih lama. Di sisi lain, *fintech* juga berfokus pada peningkatan efisiensi operasional dalam sistem keuangan serta meningkatkan tingkat keamanan dan keandalan sistem pembayaran yang ada.

Perkembangan *fintech* pada era ekonomi digital mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, khususnya di Indonesia. *Fintech*, atau *financial technology*, merupakan inovasi di bidang jasa keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital untuk

menyediakan layanan keuangan yang lebih praktis, efisien, dan inklusif. Nilai ekonomi digital Indonesia pada tahun 2022 mencapai USD77 miliar dan diproyeksikan meningkat menjadi USD130 miliar pada tahun 2025. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya transaksi digital seperti uang elektronik dan QRIS, serta bertambahnya jumlah pengguna fintech, termasuk pelaku UMKM. Fintech juga memperluas akses ke layanan keuangan, terutama bagi masyarakat yang sebelumnya belum terlayani oleh bank konvensional, melalui layanan seperti pembayaran digital, peer-to-peer (P2P) lending, dan investasi online (Muin et al., 2025).

Dengan demikian, fintech diharapkan dapat memberikan kemudahan akses keuangan bagi masyarakat, serta menciptakan sistem yang lebih aman dan lebih transparan dalam dunia keuangan yang mengintegrasikan teknologi digital dalam layanan keuangan untuk mempermudah transaksi. Salah satu bentuk fintech yang semakin banyak digunakan adalah fintech payment, yang mencakup dompet digital (e-wallet), perbankan digital (mobile banking), serta metode pembayaran berbasis QRIS. Keberadaan fintech payment semakin diminati, khususnya oleh Generasi Z yang sejak kecil telah terbiasa dengan teknologi digital (Azzahra et al., 2022)

Saat ini, hampir seluruh lapisan masyarakat, mulai dari kalangan muda hingga dewasa, telah memanfaatkan layanan fintech payment. Hal ini disebabkan oleh kepraktisan dan efisiensi yang ditawarkan dalam penggunaannya. Hidup di era digital, mereka cenderung lebih memahami cara kerja teknologi ini karena terbiasa dengan media dan perangkat digital. Generasi milenial juga dikenal sebagai pengguna internet terbanyak di Indonesia karena mereka aktif menggunakan teknologi komunikasi instan dan media sosial. Bahkan, generasi ini sering disebut sebagai generasi "internet booming" karena tumbuh di tengah perkembangan pesat teknologi. Fintech payment sendiri kerap disebut juga sebagai e-Wallet atau dompet digital, dengan berbagai jenis layanan seperti ShopeePay, DANA, OVO, LinkAja, dan GoPay. Umumnya, layanan ini berbasis server dan berbentuk aplikasi yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran.

ShopeePay merupakan salah satu layanan dompet digital yang dikembangkan oleh platform e-commerce Shopee dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan secara digital. Layanan ini memungkinkan pengguna

untuk melakukan pembayaran dengan cepat, aman, dan efisien, baik secara online melalui aplikasi Shopee maupun secara offline di berbagai merchant yang telah menjalin kerja sama. Tidak hanya digunakan untuk pembelian produk di platform Shopee, ShopeePay juga menyediakan fitur pembayaran di toko fisik, transfer dana antar pengguna, hingga penawaran promo menarik seperti cashback, potongan harga, dan gratis ongkir yang menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen (Nugroho et al., n.d.). Penggunaan ShopeePay mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya di kalangan generasi muda, seperti Generasi Z. Menurut (Hayyi Farhan Taqiyuddin, 2022) hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, di antaranya adalah kemudahan dalam mengakses dan menggunakan aplikasi, integrasi langsung dengan platform belanja online Shopee, serta adanya insentif dalam bentuk promosi yang dinilai menguntungkan pengguna. Kepraktisan, kenyamanan, dan fitur-fitur unggulan yang ditawarkan menjadikan ShopeePay sebagai salah satu pilihan utama dalam melakukan transaksi digital di era ekonomi modern yang semakin terdigitalisasi.

Menurut (Amal et al., 2024) perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku transaksi keuangan di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z yang merupakan digital native. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, sangat akrab dengan penggunaan teknologi dan cenderung memilih metode pembayaran yang praktis dan cepat, seperti dompet digital. Salah satu dompet digital yang populer di kalangan mahasiswa Generasi Z adalah ShopeePay. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan ShopeePay tidak hanya karena kemudahan dan kecepatan transaksi, tetapi juga karena berbagai penawaran menarik seperti promo, diskon, dan gratis ongkir yang mendorong peningkatan frekuensi penggunaan. Karakteristik ini mencerminkan bahwa ShopeePay telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan konsumtif dan transaksional mereka. Selain itu, faktor literasi keuangan digital dan persepsi kemudahan penggunaan juga turut memengaruhi minat mereka dalam menggunakan ShopeePay. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam, mengingat dampaknya terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan mahasiswa di era digital.

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh di era digital yang penuh dengan kemajuan teknologi dan konektivitas tinggi. Mereka sangat akrab dengan teknologi dan cenderung lebih cepat dalam mengadopsi inovasi

digital dibandingkan generasi sebelumnya, sehingga menjadi pengguna utama berbagai layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk fintech payment. Generasi ini dikenal sebagai digital native, karena sejak kecil telah terbiasa dengan akses internet dan perangkat seluler, menjadikan mereka lebih nyaman dalam menggunakan teknologi untuk berbagai keperluan, termasuk transaksi keuangan. Selain itu, mereka juga mengutamakan kemudahan dan kecepatan, sehingga cenderung memilih metode pembayaran yang praktis, cepat, dan efisien (Novianta et al., 2024).

Menurut (Priyono et al., 2022) Sebagai generasi yang berorientasi pada perangkat seluler (mobile-first), Generasi Z lebih sering menggunakan ponsel pintar untuk mengakses informasi dan melakukan transaksi keuangan, sehingga aplikasi fintech payment berbasis mobile menjadi pilihan utama. Mereka juga memiliki preferensi terhadap pengalaman yang dipersonalisasi, di mana layanan keuangan yang dapat menyesuaikan fitur dengan kebutuhan individu menjadi daya tarik tersendiri. Selain itu, Generasi Z lebih sadar akan isu sosial dan lingkungan, sehingga mereka cenderung memilih layanan atau merek yang memiliki nilai dan prinsip yang sesuai dengan pandangan mereka. Keberadaan fintech payment telah membawa perubahan signifikan dalam cara Generasi Z mengelola keuangan mereka. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta berbagai fitur inovatif yang ditawarkan telah mengubah kebiasaan mereka dalam bertransaksi dan mengatur keuangan secara digital (Putri, 2024).

Menurut (Purrohman et al., 2024) masalah literasi keuangan jadi tantangan besar di era digital. Meskipun dikenal sebagai generasi yang melek teknologi, ternyata pemahaman mereka tentang keuangan masih cukup rendah. Berdasarkan beberapa penelitian, diketahui bahwa tingkat literasi keuangan Generasi Z hanya sekitar 44,04%, yang lebih rendah dibandingkan dengan generasi Milenial yang mencapai 47,98%. Angka ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan yang mendesak untuk pendidikan literasi keuangan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Oleh karena itu, diperlukan metode edukasi yang lebih interaktif dan berkelanjutan agar mereka lebih paham tentang cara mengelola keuangan pribadi, seperti menabung, investasi, dan mengelola hutang.

Selain itu, beberapa faktor seperti usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan juga berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan digital mereka. Penelitian juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berkaitan langsung dengan kebiasaan menabung

dan pengeluaran mereka. Walaupun Generasi Z sangat sering menggunakan fintech, sayangnya pemahaman mereka tentang risiko dan konsep dasar keuangan masih terbatas (Rahayu, 2022). Maka dari itu, penting adanya program pendidikan atau pelatihan literasi keuangan yang bisa meningkatkan pemahaman mereka tentang manajemen keuangan. Beberapa program pengabdian masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan para peserta, terutama dalam hal pengelolaan uang dan investasi (Nani et al., 2021)

Perilaku keuangan mahasiswa merupakan aspek krusial dalam memahami bagaimana generasi muda mengelola keuangannya di tengah kemajuan teknologi finansial. Perilaku ini mencakup cara mahasiswa mengatur pendapatan, pengeluaran, menabung, berinvestasi, serta menghadapi risiko keuangan. Mahasiswa, sebagai individu yang sedang dalam fase transisi menuju kemandirian finansial, sering kali menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan secara bijak. Kemudahan akses teknologi seperti fintech payment dapat mempengaruhi kebiasaan pengeluaran yang impulsif tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan jangka panjang.

Menurut (Saputri et al., 2023) menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti self-efficacy dan status sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akuntansi di Yogyakarta. Mahasiswa dengan tingkat self-efficacy yang tinggi cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih baik, seperti kebiasaan menabung dan menghindari utang konsumtif. Sebaliknya, mahasiswa dengan self-efficacy rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumsi berlebihan yang dipengaruhi oleh tren digital dan kurangnya perencanaan keuangan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi dan gaya hidup yang terkontrol cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih sehat. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan rendah dan gaya hidup konsumtif lebih rentan terhadap perilaku keuangan yang merugikan.

Di Jogjakarta juga banyak mendapati penggunaan fintech payment. Penggunaan tersebut dapat kita buktikan melalui berbagai macam merchant atau toko kecil hingga besar yang menyediakan scan barcode untuk melakukan transaksi pembayaran berbasis fintech payment, hal tersebut mengisyaratkan bahwa masyarakat di Yogyakarta sudah banyak yang menggunakan fintech untuk melakukan transaksi pembayaran berbasis teknologi khususnya di lingkungan Universitas Islam Indonesia yang mempunyai basis

besar generasi muda atau mahasiswa tentunya lebih paham mengenai teknologi. Salah satu kampus yang ada di kota Yogyakarta adalah Universitas Islam Indonesia. Di Universitas Islam Indonesia memiliki 8 (delapan) fakultas diantaranya, fakultas ekonomi, fakultas hukum, fakultas ilmu agama islam, fakultas kedokteran, fakultas matematika dan ipa, fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya, teknik sipil dan perencanaan, dan fakultas teknologi industri, seperti pada fakultas Ekonomi dan bisnis khususnya program studi Sarjana Terapan Bisnis Digital.

Berdasarkan penulisan latar belakang dan penelitian terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan analisis penelitian terapan yang berhubungan langsung dengan pengaruh literasi keuangan dan minat bertransaksi menggunakan fintech payment pada mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana tingkat literasi keuangan memengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan fintech payment serta sejauh mana minat mereka dalam memanfaatkan teknologi keuangan digital sebagai alat transaksi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mendorong peningkatan penggunaan fintech payment di kalangan mahasiswa, sehingga dapat memberikan rekomendasi bagi penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan strategi pemasaran dan edukasi keuangan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh fintech payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, maka perlu diambil beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat literasi keuangan pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia mempengaruhi pola penggunaan dan keputusan mereka dalam bertransaksi menggunakan fintech payment?
2. Bagaimana peran fintech payment dalam meningkatkan efisiensi dan literasi keuangan di kalangan mahasiswa?

1.3 Batasan Penelitian

Agar penelitian memiliki fokus yang lebih spesifik, maka ditetapkan batasan masalah yang menjadi ruang lingkup penelitian ini. Penelitian ini hanya membahas variabel bebas berupa literasi keuangan dan minat bertransaksi menggunakan fintech payment, serta variabel terikat berupa keputusan penggunaan fintech payment. Adapun sampel dalam penelitian ini dibatasi hanya pada mahasiswa Sarjana Terapan Program Studi Bisnis Digital, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara langsung pada mahasiswa di luar lingkup tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian Terapan

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah ada, peneliti memiliki tujuan penelitian yakni:

1. Untuk mengetahui dampak tingkat literasi keuangan terhadap kebiasaan serta keputusan mahasiswa dalam menggunakan fintech payment untuk bertransaksi.
2. Untuk Menilai peran fintech payment dalam meningkatkan efisiensi dan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi kepentingan teoritis maupun praktis yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengalaman langsung dalam mengkaji fenomena keuangan digital di kalangan mahasiswa, khususnya dalam memahami keterkaitan antara literasi keuangan dan perilaku penggunaan fintech payment seperti ShopeePay. Penulis juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses penelitian ilmiah, mulai dari perumusan masalah hingga penyusunan kesimpulan dan rekomendasi.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan materi ajar dan literatur di bidang ekonomi digital, perilaku konsumen, dan teknologi keuangan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk penelitian lanjutan yang membahas topik serupa dengan pendekatan dan objek kajian yang berbeda.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan inspirasi bagi mahasiswa lain yang tertarik mengangkat topik terkait fintech payment, perilaku keuangan, dan literasi digital. Selain itu, mahasiswa juga dapat memahami pentingnya memiliki literasi keuangan yang baik dalam menghadapi perkembangan teknologi keuangan di era digital.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Keuangan

2.1.1.1 Manajemen Keuangan

Keuangan merupakan bidang yang berkaitan dengan pengelolaan dana, termasuk aktivitas seperti investasi, pembiayaan, penganggaran, dan pengendalian keuangan suatu entitas atau individu. Dalam ruang lingkup yang lebih luas, keuangan tidak hanya membahas tentang pencatatan transaksi, tetapi juga bagaimana dana dihimpun, dialokasikan, dan digunakan secara efektif dan efisien.

Menurut (Brigham & Houston, n.d.) keuangan adalah seni dan ilmu dalam mengelola uang. Ilmu keuangan mencakup keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan manajemen aset perusahaan. Pendekatan ini menekankan bahwa keputusan keuangan harus mempertimbangkan risiko dan pengembalian (return), serta dampaknya terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Jaya et al., n.d.) Aktivitas dalam manajemen keuangan mencakup berbagai kegiatan organisasi yang berkaitan dengan perencanaan keuangan, pengelolaan aset, penyimpanan dana, serta pengendalian terhadap aset atau dana yang dimiliki. Secara fungsional, manajemen keuangan merupakan rangkaian proses pengelolaan keuangan yang dimulai dari tahap perencanaan hingga tahap pengendalian.

Sedangkan menurut (Imam et al., 2023) menyebutkan bahwa keuangan modern tidak hanya fokus pada aspek akuntansi dan laporan keuangan, tetapi telah berkembang ke arah digitalisasi, seperti manajemen keuangan berbasis aplikasi dan sistem keuangan digital yang mempermudah kontrol anggaran secara real-time. Mereka juga menekankan pentingnya literasi keuangan digital bagi mahasiswa dan

generasi muda agar dapat mengelola uang mereka dengan bijak di tengah kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan keuangan berbasis teknologi.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keuangan merupakan disiplin ilmu yang sangat krusial dalam kehidupan modern karena mencakup proses perencanaan, pengelolaan, dan pengendalian dana secara menyeluruh baik dalam konteks individu maupun organisasi. Seiring berkembangnya teknologi, praktik manajemen keuangan pun turut mengalami transformasi menuju digitalisasi, yang membuat pengelolaan keuangan menjadi lebih mudah, cepat, dan transparan. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai konsep dan praktik keuangan, termasuk literasi keuangan digital, menjadi suatu kebutuhan penting khususnya bagi generasi muda agar mampu membuat keputusan keuangan yang cerdas dan strategis di tengah era digital yang terus berkembang.

1. Manfaat Manajemen Keuangan

Menurut (Fitriani et al., 2022), (Puspitasari et al., 2024), dan (Sahamony, n.d.) Manfaat keuangan dapat dilihat dari berbagai aspek, terutama terkait pengelolaan sumber daya keuangan baik secara pribadi, bisnis, maupun masyarakat luas. Berikut adalah macam-macam manfaat keuangan:

a) Memudahkan pengaturan prioritas dan perencanaan keuangan

Dengan tujuan keuangan yang jelas, individu atau bisnis dapat lebih mudah mengatur prioritas penggunaan dana, menabung, dan mengalokasikan anggaran secara efektif untuk mencapai target finansial tertentu

b) Menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan

Laporan keuangan berperan penting dalam memberikan informasi yang akurat dan transparan bagi pemilik bisnis, investor, dan

manajemen untuk mengambil keputusan strategis, memantau kesehatan keuangan, dan mengevaluasi kinerja perusahaan

c) Meningkatkan transparansi dan kepercayaan

Laporan keuangan yang transparan meningkatkan kepercayaan masyarakat, investor, dan pemangku kepentingan terhadap entitas bisnis, sehingga memperkuat hubungan dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal

d) Memudahkan transaksi dan likuiditas

Lembaga keuangan menyediakan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari, termasuk transfer dana, pembayaran, dan penarikan tunai melalui ATM, yang meningkatkan likuiditas dan kenyamanan masyarakat

e) Menyediakan pembiayaan untuk usaha dan konsumsi

Lembaga keuangan berperan dalam menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman atau kredit untuk kebutuhan usaha maupun konsumsi, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi dan pengembangan bisnis

f) Meningkatkan nilai kekayaan dan diversifikasi risiko

Aset keuangan seperti saham, obligasi, dan reksa dana membantu individu atau perusahaan dalam meningkatkan nilai kekayaan jangka panjang serta melakukan diversifikasi risiko investasi guna meminimalkan potensi kerugian

g) relokasi pendapatan untuk masa depan

Keberadaan lembaga keuangan memungkinkan individu untuk menyimpan dan mengelola dana untuk kebutuhan masa depan, seperti dana pensiun, pendidikan anak, atau investasi jangka panjang

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa manfaat keuangan mencakup berbagai aspek penting dalam kehidupan individu maupun organisasi, mulai dari pengaturan prioritas, penyediaan informasi, hingga dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi. Keuangan tidak hanya berperan dalam kelancaran transaksi dan perencanaan keuangan, tetapi juga dalam mendorong akuntabilitas, peningkatan nilai kekayaan, serta penyediaan akses terhadap pembiayaan dan investasi. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai manfaat keuangan serta pemanfaatan lembaga dan instrumen keuangan secara optimal akan membantu masyarakat dalam mencapai stabilitas dan kesejahteraan finansial, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Jenis-Jenis Manajemen Keuangan

Menurut (Batubara et al., 2024) jenis-jenis manajemen keuangan dapat dilihat dari berbagai aspek pengambilan keputusan yang berhubungan langsung dengan aktivitas keuangan suatu organisasi atau perusahaan. Setiap jenis memiliki peran penting dalam memastikan kelangsungan operasional, pertumbuhan, dan pencapaian tujuan finansial. Dengan pemahaman yang tepat terhadap masing-masing jenis, pengelolaan keuangan dapat dilakukan secara lebih terarah, efisien, dan strategis. Berikut adalah beberapa jenis manajemen keuangan:

a) Keputusan Pembiayaan (Financing Decision)

Berkaitan dengan penentuan sumber dana yang akan digunakan perusahaan, baik dari modal sendiri maupun pinjaman. Keputusan ini mempertimbangkan risiko dan biaya dari setiap sumber dana yang tersedia

b) Keputusan Dividen (Dividend Decision)

Berkaitan dengan kebijakan pembagian laba kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau menahan laba untuk diinvestasikan kembali. Tujuannya untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan kepuasan pemegang saham

c) Keputusan Investasi (Investment Decision)

Menyangkut alokasi dana pada berbagai aset atau proyek yang diharapkan dapat memberikan keuntungan maksimal di masa depan. Keputusan ini sangat penting karena berpengaruh langsung pada laba dan arus kas perusahaan

d) Penganggaran Modal (Capital Budgeting)

Merupakan proses perencanaan dan pengambilan keputusan terkait investasi jangka panjang pada aset tetap seperti pabrik, mesin, dan proyek baru. Ini penting untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan

e) Struktur Modal (Capital Structure)

Menentukan komposisi antara utang dan ekuitas dalam pembiayaan perusahaan. Struktur modal yang optimal akan meminimalkan biaya modal dan risiko keuangan

f) Struktur Modal (Capital Structure)

Menentukan komposisi antara utang dan ekuitas dalam pembiayaan perusahaan. Struktur modal yang optimal akan meminimalkan biaya modal dan risiko keuangan

3. Tujuan Manajemen Keuangan Untuk Mahasiswa

Tujuan manajemen keuangan bagi mahasiswa sangat penting untuk membentuk kebiasaan finansial yang sehat sejak dini. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip manajemen keuangan, mahasiswa dapat mengelola keuangan pribadi secara efektif, menghindari masalah finansial, dan mempersiapkan masa depan yang lebih stabil (Mardanus et al., 2024). Berikut menurut (Khaidir, 2024), (F. K. Putri & Dewi, 2024) dan (Distian et al., 2024) ada beberapa tujuan utama manajemen keuangan untuk mahasiswa:

a) Meningkatkan literasi keuangan

Mahasiswa diharapkan memahami konsep dasar keuangan, seperti penganggaran, tabungan, investasi, dan pengelolaan utang.

Mengembangkan kemampuan pengelolaan keuangan pribadi Mahasiswa perlu belajar mengatur pengeluaran, menabung, dan menghindari utang konsumtif.

b) Mempersiapkan kemandirian finansial

Dengan manajemen keuangan yang baik, mahasiswa dapat mempersiapkan diri untuk mandiri secara finansial setelah lulus, termasuk dalam menghadapi dunia kerja dan kehidupan dewasa.

c) Menghindari masalah keuangan

Pemahaman dan penerapan manajemen keuangan membantu mahasiswa menghindari masalah seperti utang berlebihan dan kesulitan memenuhi kebutuhan dasar.

d) Mendukung pencapaian tujuan jangka panjang

Manajemen keuangan yang efektif memungkinkan mahasiswa merencanakan dan mencapai tujuan jangka panjang, seperti melanjutkan studi, membeli rumah, atau memulai usaha.

2.2.2 Literasi Keuangan

2.2.1.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut (Sburoto, 2016) literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu kemampuan yang mencakup berbagai aspek penting dalam kehidupan finansial seseorang. Hal ini meliputi kecakapan dalam mengidentifikasi serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan finansial, kemampuan untuk berdiskusi dan memahami permasalahan yang berkaitan dengan keuangan pribadi maupun keluarga, serta kecakapan dalam merancang dan mempersiapkan kondisi keuangan di masa yang akan datang. Selain itu, literasi keuangan juga terlihat dari cara seseorang merespons berbagai situasi atau peristiwa kehidupan yang memiliki dampak terhadap keputusan finansial

sehari-hari dengan sikap yang bijaksana dan penuh pertimbangan. Dengan memiliki keterampilan yang baik dalam mengelola keuangan, seseorang akan lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan keuangan, termasuk menghindari kesalahan dalam merencanakan anggaran yang bisa menyebabkan terjadinya pemborosan atau pengeluaran yang tidak terkendali. Oleh karena itu, penguasaan literasi keuangan menjadi elemen penting dalam menjaga stabilitas dan kesejahteraan finansial jangka panjang.

(Pulungan et al., 2019) Mengemukakan bahwa pengelolaan keuangan yang dilakukan dengan landasan pemahaman yang baik mengenai cara-cara dalam mengatur keuangan memiliki peranan penting dalam mendukung pengambilan keputusan finansial yang tepat. Pemahaman ini mencakup pengetahuan tentang perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, serta kemampuan dalam menyusun prioritas kebutuhan dan tujuan keuangan. Ketika seseorang memiliki wawasan yang memadai dalam mengelola keuangan, maka ia cenderung mampu membuat keputusan- keputusan keuangan yang tidak hanya baik secara jangka pendek, tetapi juga berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan demikian, pengelolaan keuangan yang terarah dan didasarkan pada pengetahuan yang memadai akan membantu individu menjaga kestabilan finansial, menghindari risiko kesalahan dalam mengatur keuangan, serta menciptakan pola pengambilan keputusan yang lebih teratur dan bijaksana dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa yang punya pengetahuan dan kemampuan yang cukup dalam mengatur keuangan biasanya akan lebih berhati-hati dan bijak saat harus mengambil keputusan yang berkaitan dengan uang. Mereka cenderung bisa memilah mana pengeluaran yang penting dan mana yang bisa ditunda, karena sudah paham cara mengelola keuangan secara tepat sesuai kebutuhan dan kondisi mereka (Laily & Malang,n.d.)

2.2.1.2 Manfaat Literasi keuangan

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat. Berikut adalah beberapa manfaat utama literasi keuangan menurut (Lusardi & Mitchell, 2023) dan (Viana, 2021):

a. Meningkatkan Kesejahteraan Finansial

Literasi keuangan membantu individu membuat keputusan keuangan yang cerdas, seperti memahami informasi keuangan, mengelola asuransi, dan menggunakan instrumen keuangan dasar dengan lebih percaya diri. Hal ini secara keseluruhan meningkatkan kesejahteraan finansial seseorang.

b. Mendorong Perilaku Keuangan Positif

Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan meningkatkan sikap positif terhadap investasi dengan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang risiko dan manfaat. Selain itu, perencanaan keuangan memperkuat kontrol individu dengan memungkinkan mereka menyusun strategi yang matang dan terencana.

c. Meningkatkan Kinerja dan Keberlanjutan UMKM

Peningkatan literasi keuangan, jika diintegrasikan dengan inklusi keuangan dan penggunaan teknologi keuangan, secara signifikan meningkatkan kinerja keuangan dan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

d. Meningkatkan Kesejahteraan Finansial melalui Perilaku Keuangan

Literasi keuangan mempengaruhi kesejahteraan finansial secara langsung dan tidak langsung melalui perilaku keuangan. Artinya, pemahaman keuangan yang baik mendorong individu untuk mengambil tindakan keuangan yang lebih bijak, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan finansial mereka.

2.2.1.3 Jenis-Jenis Literasi Keuangan

Menurut (Lusardi et al., 2023) dan (Distian et al., 2024) literasi keuangan memiliki beberapa jenis atau dimensi yang mencerminkan cakupan kemampuan dan pengetahuan individu dalam mengelola keuangannya. Pembagian ini membantu untuk memahami bahwa literasi keuangan tidak hanya soal tahu cara menabung, tapi juga tentang bagaimana seseorang

membuat keputusan keuangan secara menyeluruh. Berikut adalah jenis-jenis literasi keuangan:

a. Literasi Keuangan Dasar (Basic Financial Literacy)

Meliputi pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan pribadi, seperti menabung, membuat anggaran, dan memahami bunga pinjaman.

b. Literasi Keuangan Lanjutan (Advanced Financial Literacy)

Mencakup kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang kompleks, termasuk investasi, perencanaan pensiun, dan manajemen risiko.

c. Literasi Keuangan Digital (Digital Financial Literacy)

Kemampuan untuk menggunakan teknologi digital dalam mengelola keuangan, seperti e-wallet, mobile banking, dan platform investasi online.

d. Literasi Keuangan Konsumen (Consumer Financial Literacy)

Pemahaman tentang hak dan kewajiban sebagai konsumen dalam transaksi keuangan, termasuk memahami syarat dan ketentuan produk keuangan.

e. Literasi Keuangan Inklusif (Inclusive Financial Literacy)

Fokus pada pemberdayaan kelompok masyarakat yang kurang terlayani oleh layanan keuangan formal, seperti pelajar, ibu rumah tangga, dan pelaku UMKM.

f. Literasi Keuangan Sosial (Social Financial Literacy)

Pemahaman tentang aspek sosial dalam keuangan, seperti zakat, infaq, dan sedekah, serta peran keuangan dalam kesejahteraan masyarakat.

2.2.1.4 Tujuan Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola aspek-aspek keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan

literasi keuangan tidak hanya terbatas pada pengetahuan, tetapi juga mencakup sikap dan perilaku dalam pengelolaan keuangan. Berikut tujuan literasi keuangan menurut (Kaiser & Lusardi, 2024):

a. Meningkatkan Pengetahuan dan Pemahaman Keuangan

Literasi keuangan bertujuan memberikan pemahaman dasar mengenai konsep keuangan seperti tabungan, investasi, pinjaman, asuransi, dan pengelolaan risiko. Pengetahuan ini penting agar individu mampu mengenali berbagai produk dan layanan keuangan yang tersedia.

b. Membentuk Sikap dan Perilaku Keuangan yang Bijak

Salah satu tujuan utama literasi keuangan adalah membentuk sikap dan perilaku yang bertanggung jawab dalam mengelola keuangan. Individu yang melek keuangan cenderung lebih disiplin dalam menabung, berinvestasi, serta mengelola pengeluaran dan utang.

c. Meningkatkan Kemampuan Pengambilan Keputusan Keuangan

Literasi keuangan membantu individu dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat, seperti memilih produk investasi yang sesuai dengan profil risiko, mengelola utang, dan merencanakan keuangan untuk masa depan (pensiun, pendidikan anak, dan lain-lain).

d. Meningkatkan Inklusi Keuangan

Dengan literasi keuangan yang baik, masyarakat lebih percaya diri untuk menggunakan produk dan layanan keuangan formal (bank, asuransi, fintech, dll). Hal ini mendorong inklusi keuangan, yaitu semakin banyak orang yang dapat mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan.

e. Mengurangi Risiko Masalah Keuangan

Literasi keuangan dapat membantu individu menghindari masalah keuangan seperti penipuan investasi, jeratan utang, atau kebangkrutan.

Individu yang paham keuangan lebih waspada terhadap tawaran investasi bodong dan lebih mampu mengelola risiko keuangan.

f. Mendukung Ketahanan dan Kesejahteraan Finansial

Tujuan akhir dari literasi keuangan adalah tercapainya ketahanan dan kesejahteraan finansial. Individu yang literat secara keuangan mampu menghadapi situasi darurat, merencanakan masa depan, dan meningkatkan kualitas hidup.

g. Memberikan Kontribusi pada Perekonomian Nasional

Literasi keuangan yang tinggi di masyarakat dapat meningkatkan stabilitas sistem keuangan, memperluas basis pajak, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui peningkatan investasi dan konsumsi yang sehat.

2.2.1.5 Klasifikasi Literasi Keuangan

Menerapkan pendidikan untuk meningkatkan keuangan masyarakat sangat diperlukan. Menurut (Abidin, 2023) literasi keuangan diklasifikasikan menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. <60% artinya seseorang memiliki pengetahuan keuangan yang rendah
- b. 60%-70% ini berarti bahwa individu tersebut memiliki pengetahuan keuangan yang wajar
- c. 80% hal ini menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki tingkat kompetensi yang tinggi

Pengetahuan keuangan. dibagi menjadi dua kelompok pertama, adalah mahasiswa dengan ekonomi maju. Mahasiswa ekonomi tingkat lanjut memiliki banyak pengetahuan. Kelompok kedua adalah siswa tingkat menengah atau bawah dengan pengetahuan keuangan. Siswa dengan literasi keuangan sedang atau buruk memiliki informasi yang sangat sedikit.

2.3.1 Fintech Payment

2.3.1.1 Pengertian Fintech Payment

Kemajuan teknologi telah memberikan pengaruh besar terhadap transformasi sistem pembayaran dan layanan keuangan di era digital saat ini. Salah satu inovasi utama yang berkontribusi dalam perubahan tersebut adalah financial technology (fintech). Fintech, yang merupakan singkatan dari "financial technology" atau teknologi keuangan, telah membawa revolusi dalam sektor keuangan modern. Menurut (Diah et al., 2023), fintech merupakan bentuk inovasi dalam layanan keuangan yang memungkinkan transaksi dilakukan tanpa harus menggunakan uang tunai. Fintech mencakup berbagai macam layanan berbasis teknologi, seperti pembayaran digital, pinjaman peer-to-peer, pengelolaan keuangan pribadi, investasi daring, dan berbagai layanan keuangan lainnya.

inovasi dalam industri keuangan yang menggabungkan teknologi informasi dengan layanan keuangan untuk memfasilitasi proses pembayaran secara efisien, praktis, dan aman. Dengan fintech payment, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi pembayaran-mulai dari pembayaran tagihan, belanja online, hingga transaksi offline-tanpa perlu menggunakan uang tunai atau instrumen fisik seperti cek dan kartu kredit. Menurut (Azzahra et al., 2022) Layanan ini biasanya diwujudkan dalam bentuk dompet digital (e-wallet), uang elektronik (e-money), dan payment gateway yang memungkinkan transaksi dilakukan secara digital melalui aplikasi di perangkat seluler

Fintech payment memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, serta mendukung inklusi keuangan dengan memperluas akses layanan keuangan ke masyarakat yang sebelumnya sulit dijangkau oleh perbankan tradisional. Selain itu, fintech payment juga berperan penting dalam mendukung pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk mengoptimalkan proses bisnis mereka melalui solusi pembayaran digital

2.3.1.2 Manfaat Fintech Payment

Financial technology (fintech) telah memberikan berbagai manfaat signifikan dalam sistem keuangan modern. Salah satu manfaat utama adalah peningkatan inklusi keuangan, di mana layanan keuangan menjadi lebih mudah diakses oleh masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal. Hal ini didukung oleh (Dm, 2025) yang menunjukkan bahwa fintech memiliki dampak signifikan dalam memperluas akses terhadap layanan keuangan, terutama bagi masyarakat yang belum terjangkau oleh sistem perbankan konvensional.

Fintech payment telah membawa berbagai manfaat yang signifikan dalam sistem keuangan modern. Berikut adalah beberapa manfaat utama fintech payment menurut (Kustina & Aji, 2023) dan (Safitri & Payment, 2021):

a. Meningkatkan Inklusi Keuangan

Fintech payment mempermudah akses layanan keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh lembaga keuangan formal, seperti UMKM dan individu di daerah terpencil. Hal ini berkontribusi pada peningkatan inklusi keuangan secara nasional.

b. Efisiensi dan Kecepatan Transaksi

Penggunaan fintech payment memungkinkan transaksi dilakukan secara real-time, mengurangi waktu dan biaya yang terkait dengan transaksi konvensional. Hal ini meningkatkan efisiensi operasional bagi pengguna individu maupun bisnis.

c. Meningkatkan Perilaku Manajemen Keuangan

Layanan fintech payment berpengaruh positif terhadap perilaku manajemen keuangan pengguna, membantu mereka dalam mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik.

d. Mendukung Kinerja Keuangan UMKM

Adopsi fintech payment gateway oleh UMKM terbukti meningkatkan kinerja keuangan mereka, terutama dalam konteks masyarakat yang semakin mengadopsi sistem pembayaran non-tunai.

e. Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Keuangan

Fintech payment memperluas aksesibilitas layanan keuangan, terutama bagi populasi yang sebelumnya kurang terlayani, dengan menyediakan solusi yang lebih mudah dan terjangkau.

2.3.1.3 Jenis-Jenis Fintech Payment

Fintech payment adalah inovasi teknologi dalam sistem pembayaran yang mempermudah transaksi keuangan secara digital. Dengan memanfaatkan teknologi, fintech payment menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam melakukan transaksi. Seiring dengan perkembangan teknologi, berbagai macam layanan fintech payment kini tersedia untuk memenuhi kebutuhan transaksi individu maupun bisnis, mempercepat adopsi ekonomi digital, dan meningkatkan efisiensi sistem keuangan. Berikut macam-macam fintech payment menurut (Abidin, 2023):

a. Uang elektronik

Bank Indonesia mendefinisikan uang elektronik sebagai sarana pembayaran yang mempermudah dan mempercepat transaksi tanpa menggunakan uang tunai. Uang elektronik terdiri dari dua jenis, yaitu berbasis chip dan berbasis server. Uang elektronik berbasis chip adalah produk elektronik yang dapat dibeli di toko atau bank untuk pembayaran langsung di tempat, seperti di kios atau merchant tertentu. Sementara itu, uang elektronik berbasis server berupa aplikasi digital pada ponsel yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran di merchant, baik secara online maupun offline, dengan menggunakan layanan QRIS.

b. Dompet digital

Berbeda dengan uang elektronik, BI mengkombinasikan dompet digital atau dompet elektronik dengan satu pilihan penyelenggara pemrosesan pembayaran. BI mendefinisikan dompet digital sebagai layanan elektronik untuk menyimpan data alat pembayaran, termasuk alat pembayaran

dengan menggunakan kartu dan/atau e-money. Kegunaan lain termasuk mengumpulkan dana dan melakukan pembayaran. Contoh penggunaannya dapat berupa pengembangan layanan e-money menggunakan aplikasi travel online untuk pembelian sisa saldo atau bonus poin, setelah itu saldo tersebut dapat digunakan untuk mendukung transaksi pembayaran.

c. Payment gateway

Sesuai aturan, payment gateway juga termasuk penyelenggara pemrosesan transaksi pembayaran yang diatur oleh BI. Menurut ketentuan, payment gateway adalah layanan elektronik yang memungkinkan merchant melakukan transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran kartu, uang elektronik, dan/atau layanan pembayaran bank. Dalam praktiknya, layanan payment gateway terhubung dengan sistem merchant baik di website maupun di aplikasi mobile. Layanan ini membebankan biaya transaksi dan/atau biaya berlangganan untuk menggunakan sistem.

d. Paylater

Paylater adalah layanan pembayaran yang disediakan dengan mekanisme pinjaman, sering disebut “kredit tanpa kartu kredit”. Cara kerjanya mirip dengan kartu kredit, misalnya saat diterapkan di toko online, pengguna bisa membeli produk dan melunasinya dalam beberapa bulan. Layanan Paylater masuk dalam peraturan Otoritas Jasa Keuangan untuk layanan pinjam meminjam uang berbasis IT. Implementasi Paylater saat ini tidak terbatas pada belanja online, aplikasi konsumen lainnya seperti layanan pelatihan online sudah menerima pembayaran Paylater.

2.3.1.4 Faktor yang mempengaruhi fintech payment

Faktor-faktor yang mempengaruhi fintech adalah sebagai berikut:

a. Risiko Lingkungan

Risiko yang muncul dari aktivitas fintech, baik disengaja maupun tidak disengaja, dapat menimbulkan kerusakan atau kehancuran lingkungan sosial dan ekonomi. Risiko ini mempengaruhi kepercayaan dan kenyamanan pengguna dalam memakai layanan fintech.

b. Keyakinan (Kepercayaan)

Kepercayaan adalah sikap yang muncul ketika seseorang merasa yakin bahwa informasi atau layanan fintech sudah cukup benar dan dapat diandalkan. Namun, kepercayaan tidak selalu menjamin kebenaran, sehingga penting untuk membangun kredibilitas fintech agar pengguna merasa aman.

c. Aksesibilitas

Kemudahan akses layanan fintech dan sistem informasi yang semakin terbuka membuat fintech lebih mudah dijangkau oleh berbagai segmen masyarakat, termasuk yang sebelumnya belum terlayani oleh perbankan konvensional.

d. Perubahan Tren dan Inovasi

Perkembangan teknologi dan inovasi yang cepat mendorong perubahan tren penggunaan fintech. Konsumen mengikuti tren baru yang menawarkan kemudahan dan fitur-fitur inovatif.

e. Mobilitas

Perpindahan atau mobilitas, dimana kedudukan sosial sekelompok orang atau seseorang dipindahkan kekedudukan lain. Sikap yang mencerminkan kesenangan, ketidakpuasan atau perasaan rata-rata (netral).

World Economic Forum menjelaskan bahwa fintech adalah penerapan teknologi dalam bisnis inovatif di sektor keuangan. Inovasi keuangan ini melibatkan penggunaan teknologi untuk menciptakan peluang baru dalam

lembaga-lembaga keuangan (Wachyu & Winarto, 2020), seperti pinjaman, deposito, investasi, dan pembayaran elektronik. Industri *fintech* berkembang pesat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Perubahan mentalitas konsumen yang semakin berfokus pada kebutuhan yang praktis dan mudah. Hal ini mendorong konsumen untuk beralih menggunakan layanan fintech guna memenuhi kebutuhan hidup mereka secara cepat dan efisien, serta keluar dari sistem tradisional yang membutuhkan banyak langkah.
- b. Kemudahan akses yang meningkat dengan terbukanya saluran dan sistem informasi, memungkinkan akses yang lebih mudah lagi. Perkembangan teknologi ini membuka segmen pasar baru.
- c. Perubahan tren, perkembangan dan inovasi yang cepat dan berkelanjutan mendorong transformasi dalam sektor keuangan, mempercepat adaptasi tren baru dalam pasar.
- d. Penawaran produk yang menguntungkan jika produk yang ditawarkan memiliki manfaat dan keuntungan, hal ini akan menarik konsumen untuk membeli produk tersebut.
- e. Perkembangan digitalisasi yang merupakan perubahan dari sistem manual yang belum modern. Di era sekarang, digitalisasi sudah digunakan dalam produk-produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan semakin canggihnya smartphone dan kemajuan teknologi di pasar, hal ini semakin memudahkan untuk mendukung aktivitas dan kebutuhan konsumen.
- f. Dukungan kebijakan pemerintah dalam hal ini, pemerintah memberikan kebijakan yang tepat untuk mendukung dan mendorong perkembangan industri fintech. Di Indonesia, otoritas pengawas untuk lembaga keuangan fintech adalah Otoritas Jasa Keuangan (OJK).
- g. Penurunan loyalitas terhadap merek dan institusi potensi untuk mengambil keputusan membeli suatu produk di pasar ini tidak lagi dipengaruhi oleh merek atau institusi tertentu. Terutama bagi generasi milenial, yang lebih cepat dalam mengambil keputusan pembelian dan tidak terlalu terikat pada loyalitas terhadap merek atau institusi.

2.3.1.5 Indikator *Fintech Payment*

Sistem pembayaran adalah layanan *fintech* yang tumbuh paling cepat. Indikator utama dari variabel ini menurut (Layuksugi et al., 2024) dari penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

a. Mobilitas personal

Kemampuan individu untuk menjalankan aktivitas keuangan secara fleksibel, baik dari segi lokasi maupun waktu. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna memiliki keleluasaan dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan tanpa dibatasi oleh tempat atau waktu tertentu.

b. Kegunaan Relatif

Kegunaan relatif atau *perceived usefulness* adalah ukuran di mana setiap individu yang menggunakan teknologi akan merasakan manfaat dari penggunaannya

c. Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* adalah keyakinan bahwa individu tidak akan menghadapi kesulitan atau kesulitan yang besar dalam menggunakan teknologi

d. Kredibilitas Layanan

Kredibilitas layanan adalah keyakinan bahwa penyedia layanan dapat dipercaya dan memiliki keahlian yang diperlukan untuk memberikan layanan yang seharusnya

e. Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah dampak dari tindakan orang lain dalam hal mengadopsi sistem baru dan pandangan individu terhadap budaya kelompok referensi perhatian terhadap privasi. Perhatian terhadap

privasi terkait dengan individu yang memiliki kekhawatiran khusus tentang entitas yang bertanggung jawab saat mengolah informasi pribadi mereka

f. Self Efficacy

Self efficacy adalah penilaian individu terhadap kemampuan sendiri dalam melakukan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja tertentu

2.4.1 Shoppe Pay

2.4.1.1 Pengertian Shopee

Shopee adalah sebuah situs e-commerce (elektronik komersial) yang didirikan oleh sebuah perusahaan di Singapura, SEA Group yang telah berdiri sejak 2009 oleh Forrest Li. Shopee pertama kali hadir di Singapura pada tahun 2015, dan sejak pada saat itu, Shopee melebarkan sayapnya ke berbagai negara di Asia, seperti Malaysia, Taiwan, Indonesia, Vietnam dan Filipina. Pada Tahun pertama Shopee hadir, ia hanya mengusung sebagai marketplace consumer to consumer (C2C). Shopee mulai memasuki pasar Indonesia pada akhir Mei 2015, sedangkan Shopee baru mulai beroperasi di Indonesia pada Juni 2015 (Suziana, 2022),

2.4.1.2 Pengertian Shoppe Pay

Shopeepay (Sari et al, 2022) merupakan dompet digital yang sangat mudah digunakan dan hanya perlu mengunduh aplikasi Shopee dan membuat akun, lalu aktifkan Shopeepay. Dompet digital ini dapat langsung digunakan dengan mudah, hanya dengan top up saldo melalui transfer bank atau merchant yang telah bekerjasama. Shopeepay (Azka, 2021) adalah fungsi layanan dompet dan mata uang elektronik yang dapat digunakan sebagai metode pembayaran dan menyimpan pengembalian uang dari e-commerce Shopee. Saat ini Shopeepay tidak hanya bisa membayar di Shopee, tapi juga dapat digunakan oleh banyak merchant yang bekerjasama dengan Shopeepay.

Berdasarkan definisi yang telah dijabarkan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa shopeepay adalah uang elektronik atau dompet digital yang digunakan sebagai salah metode pembayaran di aplikasi shopee.

(Anggraeni, 2024) Salah satu layanan fintech yang populer di kalangan mahasiswa adalah ShopeePay, dompet digital yang disediakan oleh platform e-commerce Shopee. ShopeePay menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi online dan offline, termasuk fitur pembayaran cicilan melalui Shopee PayLater. Kemudahan ini, meskipun memberikan kenyamanan, juga dapat mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. ShopeePay merupakan fitur layanan dompet dan uang elektronik yang berfungsi sebagai metode pembayaran dan untuk menyimpan pengembalian dana. Layanan ini dirancang untuk memudahkan berbagai kebutuhan transaksi pengguna, mulai dari pembayaran di merchant dengan QRIS, transfer saldo ke bank dan e-wallet lain, pembayaran tagihan, hingga pembelian pulsa dan paket data. ShopeePay juga menawarkan berbagai keuntungan seperti gratis transfer ke mana pun, cashback setiap transaksi, dan pembayaran QRIS yang mudah di banyak merchant offline dan online

2.4.1.3 Fitur Shopee Pay

ShopeePay (Shopeepay.co.id/fitur, 2025) memiliki beragam fitur unggulan yang dirancang untuk memberikan kemudahan, keamanan, dan kenyamanan bagi pengguna dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan, baik secara online sebagai berikut:

a. Pembayaran QRIS

ShopeePay mendukung pembayaran melalui QRIS, memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi di berbagai merchant offline dengan cepat dan mudah.

b. Transfer Saldo

Pengguna dapat mentransfer saldo ShopeePay ke rekening bank atau e-wallet lain, memudahkan dalam mengelola keuangan secara fleksibel.

c. Pembayaran Tagihan dan Pembelian Pulsa

ShopeePay memungkinkan pembayaran tagihan seperti listrik, air, internet, serta pembelian pulsa dan paket data langsung dari aplikasi.

d. Isi Saldo Mudah

Pengguna dapat mengisi saldo ShopeePay melalui berbagai metode, termasuk transfer bank, dompet digital lain, atau di gerai retail yang bekerja sama, tanpa biaya admin untuk nominal tertentu.

e. Keamanan Transaksi

ShopeePay dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis untuk melindungi data dan transaksi pengguna.

f. Promo dan Cashback Menarik

ShopeePay sering menawarkan berbagai promo dan cashback yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk berhemat dalam bertransaksi.

2.4.1.4 Indikator Shopee Pay

Adapun beberapa indikator utama penggunaan ShopeePay yang diidentifikasi dalam penelitian (Utami et al., 2024) dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Praktis, Efisien, dan Mempermudah Transaksi

ShopeePay memberikan kemudahan dan efisiensi dalam berbelanja online maupun transaksi pembayaran lainnya, baik di dalam aplikasi Shopee maupun di merchant luar Shopee. Pengguna dapat melakukan pembayaran

tagihan, pembelian pulsa, paket data, hingga transfer dana dengan cepat dan mudah.

b. Banyak Promo, Diskon, dan Cashback

ShopeePay menawarkan berbagai promo menarik seperti cashback, diskon, flash sale, dan gratis ongkir, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Promo cashback biasanya berkisar antara 1% hingga 10% untuk setiap transaksi menggunakan ShopeePay.

c. Keamanan dan Kenyamanan

ShopeePay dinilai cukup aman oleh para penggunanya, dengan tingkat risiko yang dirasakan rendah (hanya 5% responden merasa tidak aman). Fitur ini juga meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi karena proses pembayaran menjadi lebih cepat dan praktis.

d. Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Kemudahan penggunaan ShopeePay berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan pengaruh sebesar 56% menurut hasil regresi linier sederhana. Konsumen merasa puas karena proses pembayaran yang mudah, cepat, dan seringkali mendapatkan keuntungan tambahan berupa promo atau diskon.

e. Meningkatkan Minat dan Frekuensi Berbelanja

ShopeePay mampu meningkatkan minat dan frekuensi berbelanja online pengguna. Persepsi manfaat ShopeePay secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang (*repeat use*) e-wallet ini.

f. Kolaborasi dengan Banyak Merchant

ShopeePay bekerja sama dengan banyak merchant besar di seluruh Indonesia, sehingga pengguna dapat memanfaatkannya untuk berbagai kebutuhan di luar aplikasi Shopee.

2.2 Penelitian Terdahulu

NO	Judul	Peneliti	Metode	Hasil Penelitian
1.	Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura	(Mukti1 et al., 2023)	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa Fintech Payment berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, sementara literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan, keduanya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
2.	Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar	(Mursalim et al., 2024)	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Makassar, sementara fintech digital payment dan

				<p>gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, ketiga faktor ini mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.</p>
3	<p>Pengaruh fintech payment terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa</p>	<p>(Erlangga et al., 2017)</p>	<p>kuantitatif</p>	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa fintech payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa di wilayah Bandung Raya. Penggunaan fintech payment berada dalam kategori baik, sementara perilaku manajemen keuangan berada pada kategori netral, namun cenderung membaik seiring peningkatan penggunaan fintech.</p>

4	The Effect Of Fintech E-Wallet (Shopeepay) And Financial Literacy On Student Consumptive Behavior	(Arifa, 2023)	kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa fintech e-wallet ShopeePay berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
5	The influence of understanding financial literacy, perceived ease of users, and consumptive lifestyles on the use of Shopee paylater (to student in the special region of Yogyakarta)	(Dimas, 2024)	kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup konsumtif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan Shopee Paylater di kalangan mahasiswa DIY.

5	Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Teknologi dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	(Ariska & Jusman, 2023)	Kualitatif	<p>Penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi keuangan serta penggunaan teknologi finansial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan melalui teknologi finansial serta merasakan tingkat keamanan yang lebih tinggi. Di sisi lain, pemahaman mengenai literasi keuangan turut membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan secara lebih terencana. Namun, gaya hidup hedonis juga turut memengaruhi</p>
---	---	-------------------------	------------	---

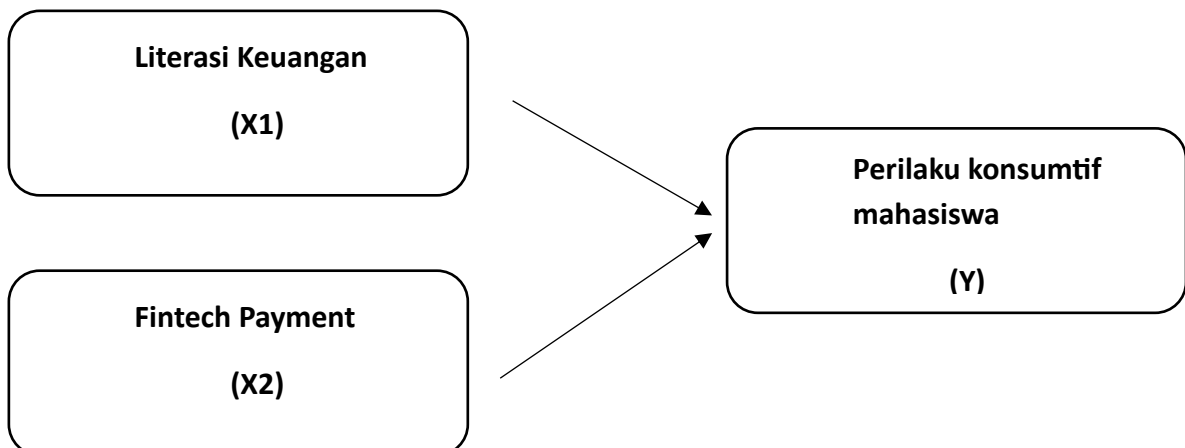
				perilaku keuangan mereka, di mana sebagian mahasiswa lebih memilih membelanjakan uang untuk keinginan pribadi tanpa mempertimbangkan prioritas kebutuhan.
--	--	--	--	---

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka merupakan model konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara berbagai teori yang relevan dengan faktor-faktor penting yang telah diidentifikasi dalam suatu penelitian. Dalam menyusunnya, peneliti perlu memahami teori-teori ilmiah yang menjadi dasar dalam membentuk hipotesis dan landasan argumentatif penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kerangka kerja adalah suatu penjabaran konseptual yang menggambarkan hubungan-hubungan teoritis berdasarkan teori-teori yang telah dikumpulkan, sebagai upaya untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang menjadi fokus permasalahan penelitian.

Berdasarkan landasan teori yang telah disebutkan, maka kerangka pikirna yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta kerangka berpikir yang telah dipaparkan sebelumnya, maka terdapat hipotesis penelitian yakni:

H1: terdapat pengaruh positif antara fintech payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H2: terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

H3: fintech payment dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

2.5 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus dibuktikan secara empiris melalui pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian ini, hipotesis dikembangkan berdasarkan landasan teori serta hasil-hasil penelitian terdahulu terkait fintech payment, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan dan fintech payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, pengembangan hipotesis dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan variabel independen dan variabel dependen yang digunakan, yaitu:

2.5.1 Fintech Payment Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumsi

Mahasiswa

Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa penggunaan fintech payment, seperti e-wallet dan aplikasi pembayaran digital, memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas tinggi yang ditawarkan oleh fintech payment membuat mahasiswa

cenderung lebih impulsif dalam melakukan transaksi, seperti membeli makanan atau berbelanja online.

Menurut (Novitasari, 2020), fintech payment adalah layanan keuangan berbasis teknologi yang memudahkan transaksi keuangan. Kemudahan, kecepatan, dan aksesibilitas tinggi membuat mahasiswa cenderung lebih impulsif dalam melakukan transaksi, seperti membeli makanan melalui aplikasi atau berbelanja online melalui e-wallet. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa fintech payment memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumsi mahasiswa (Mukti1 et al., 2023).

Menurut (Pratama et al., 2023) menemukan adanya korelasi antara penggunaan dompet digital dengan peningkatan kebiasaan belanja impulsif di kalangan mahasiswa. Sementara itu juga mengonfirmasi bahwa adopsi mobile payment berdampak pada perilaku keuangan mahasiswa, terutama dalam hal konsumsi.

Temuan serupa juga diperoleh dari (Arifa, 2023) dan (Mursalim et al., 2024), yang mengonfirmasi bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan layanan fintech, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk bersikap konsumtif, baik secara sadar maupun impulsif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fintech payment memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini disebabkan oleh kombinasi faktor kemudahan akses, kecepatan layanan, serta stimulus dari sisi promosi yang terus-menerus dihadirkan oleh penyedia layanan keuangan digital.

2.5.2 Literasi Keuangan Memiliki Pengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan yang tepat terkait pengelolaan keuangan pribadi, termasuk kemampuan dalam menyusun anggaran, mengatur tabungan, berinvestasi, serta mengenali dan mengelola risiko keuangan. Menurut (Lusardi & Mitchell, 2023) seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan lebih rasional dan berhati-hati dalam mengambil keputusan finansial, termasuk dalam hal pengeluaran. Mereka

cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan memiliki kontrol diri yang lebih tinggi terhadap konsumsi, termasuk menahan diri dari godaan promosi atau kemudahan pembayaran digital yang sering kali mendorong perilaku konsumtif. (Distian et al., 2024) menambahkan bahwa literasi keuangan berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik menunjukkan kebiasaan konsumsi yang lebih terkontrol.

Di era digital, mahasiswa sangat mudah terpapar oleh berbagai platform belanja online dan aplikasi dompet digital seperti ShopeePay, OVO, atau DANA, yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi serta berbagai penawaran menarik seperti cashback dan promo. Namun, dengan pemahaman keuangan yang baik, mahasiswa dapat mengevaluasi dengan lebih bijak sebelum memutuskan untuk membeli, serta lebih fokus pada kebutuhan jangka panjang seperti menabung atau berinvestasi. Menurut (OECD, 2022), literasi keuangan yang tinggi berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang bijaksana, bahkan menjadi fondasi penting dalam membangun ketahanan finansial individu sejak usia muda.

Penelitian yang dilakukan oleh (Wijaya et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan hanya berdampak pada keputusan menabung dan berinvestasi, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap pengendalian gaya hidup konsumtif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dalam konteks mahasiswa Universitas Islam Indonesia, hal ini menjadi penting untuk dibina agar mereka mampu membentuk pola konsumsi yang sehat, terukur, dan berorientasi pada masa depan finansial yang stabil.

2.5.3 Pengaruh Fintech Payment Dan Literasi Keuangan Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Penggunaan fintech payment dan literasi keuangan merupakan dua faktor yang saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Fintech payment seperti e-wallet (ShopeePay, OVO, DANA) memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi, serta berbagai stimulus seperti promo, cashback, atau fitur paylater. Hal ini bisa meningkatkan kenyamanan bertransaksi, namun sekaligus berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang kurang terkontrol tanpa kesadaran literasi keuangan yang memadai (Mukti1 et al., 2023).

Namun, dampak negatif dari fintech payment ini dapat ditekan apabila individu memiliki literasi keuangan yang baik. Literasi keuangan memberikan kemampuan bagi mahasiswa untuk mengelola keuangannya secara bijak, termasuk dalam membuat anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memahami risiko dari penggunaan fasilitas keuangan digital (Lusardi & Mitchell, 2014). Mahasiswa yang memahami cara kerja bunga paylater atau risiko pemborosan akibat cashback palsu akan lebih bijak dalam mengambil keputusan konsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aulia et al., 2023) menunjukkan bahwa fintech payment memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif, namun ketika dimoderasi oleh tingkat literasi keuangan yang tinggi, dampak negatif dari fintech dapat dikurangi. Artinya, terdapat hubungan interaktif antara penggunaan fintech dan pemahaman keuangan dalam memengaruhi perilaku konsumsi.

Begitu pula dengan studi oleh (Amelia et al., 2023), yang menunjukkan bahwa penggunaan fintech payment dan literasi keuangan secara bersama-sama berkontribusi signifikan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat berperan sebagai buffer atau kontrol internal terhadap potensi konsumtif yang dipicu oleh kemudahan digital.

Dengan demikian, secara simultan, penggunaan fintech payment dan tingkat literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, di mana penggunaan fintech yang tidak diiringi literasi keuangan yang baik akan meningkatkan kecenderungan konsumtif, sedangkan penggunaan fintech dengan kesadaran dan pemahaman finansial yang memadai akan membentuk perilaku konsumsi yang bijaksana dan terkontrol.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian yang mana menggunakan pengumpulan dan sebuah analisis data yang mana pada penelitian ini terdapat beberapa langkah seperti rancangan penelitian, pemilihan sampel, pengumpulan data dengan instrumen yang terstruktur seperti sebuah kuesioner serta analisis data dengan teknik statistik yang nantinya pada metode ini memiliki tujuan menghasilkan temuan yang dapat diukur serta diuji dengan cara statistik dalam mendukung atau menolak hipotesis yang telah diajukan (Wajidi Farid, ,2024)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan mengenai elemen yang ada dalam sebuah penelitian yang mana hal ini meliputi sebuah objek dan subjek dengan ciri dan karakteristik tertentu ataupun populasi dapat diartikan menjadi semua anggota kelompok dari manusia, binatang, sebuah peristiwa ataupun benda yang tinggal secara bersama-sama dalam suatu tempat yang nantinya menjadi sebuah target kesimpulan dari hasil akhir sebuah penelitian (Amin et al., 2023) maka dari itu populasi yang akan diambil pada penelitian kali ini adalah para mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia khususnya pada prodi sarjana terapan Bisnis Digital yang mana sudah pernah menggunakan fintech payment. Populasi yang diambil ini ditujukan untuk dapat mendukung adanya jawaban yang reflektif dan formatif dari para responden.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari sebuah populasi atau sebagian dari sebuah populasi untuk mewakili seluruh populasi yang ada dimana hal itu menjadi sumber data dalam sebuah penelitian yang dilakukan dengan berbagai alasan (Amin et al., 2023). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik purposive sampling, dengan menggunakan rumus slovin dengan kriteria (Aliffianto,

2024) yang disyaratkan yaitu mahasiswa aktif Bisnis Digital Islam Universitas Islam Indonesia dan mahasiswa/i yang pernah menggunakan E-Wallet.

Dengan adanya populasi yang akan menjadi subjek penelitian ini merupakan mahasiswa D4 program studi Bisnis Digital Universitas Islam Indonesia angkatan 2021-2024, yang berjumlah sekitar 473 mahasiswa. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya sebanyak 473 mahasiswa. Tingkat kesalahan yang digunakan penentuan jumlah sampel adalah sebesar 10%. Alasan pemilihan tingkat kesalahan sebesar 10% adalah karena jumlah tersebut merupakan batasan maksimum dari tingkat kesalahan yang dapat diterima dalam penelitian ini. Penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin menghasilkan hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan sampel (sampling error/salah) 10%

melalui rumus tersebut diperoleh hitungan:

$$n = \frac{473}{1 + 473 (0,1)^2} = \frac{473}{1 + 4,73} = \frac{473}{5,73} = 82,54 = 83 \text{ Sampel}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, didapatkan jumlah sampel minimal sebanyak 83 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung sehingga menemukan data yang akurat yang didapat dari responden (Milano, 2021). Pada penelitian ini terdapat pengambilan data primer

dengan cara adanya penyebaran kuesioner kepada para responden dengan memanfaatkan *Google Form*.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yakni adanya pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner kepada para responden. Penyebaran serta pengisian kuesioner dilakukan secara daring dengan pemanfaatan *Google Form*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan sebuah seperangkat pertanyaan ataupun pertanyaan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner menjadi sebuah teknik pengumpulan data yang efisien apabila terdapat jumlah responden yang besar serta terbesar di wilayah yang sangat luas (Ghozali, I. 2019)

Data yang didapat melalui adanya penyebaran kuesioner akan berupa nilai ataupun skor melalui skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sebuah sikap, opini serta persepsi seseorang maupun kelompok (Ghozali, I. 2019)

Tabel pengukuran skala likert

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju / STS	1
Tidak Setuju / TS	2
Netral / N	3
Setuju / S	4
Sangat Setuju / SS	5

Skala Likert berisi 5 pilihan ditujukan untuk menghindari adanya jawaban netral atau hasil data yang bias dari para responden.

3.4 Definisi dan Pengukuran Operasional Variabel

Menurut (Medica et al., 2020), variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang menurut peneliti, memiliki potensi untuk mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat) dalam suatu penelitian. Sementara itu, variabel dependen (variabel

terikat) adalah variabel yang menurut peneliti, dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam konteks penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen (variabel bebas) yang meliputi fintech payment (X1) dan literasi keuangan (X2) serta terdapat satu variabel dependen (variabel terikat) yaitu perilaku konsumsi (Y).

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Fintech Payment (X1)	Penggunaan layanan pembayaran digital oleh mahasiswa untuk melakukan transaksi keuangan sehari-hari. (Azzahra Fatimah Aqilla, 2023)	1. Kemudahan penggunaan aplikasi 2. Kecepatan transaksi 3. Frekuensi penggunaan 4. Keamanan dan kepercayaan terhadap layanan	Skala Likert 1-5
Literasi Keuangan (X2)	Tingkat pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif dan efisien. (Salsabila Arin, 2023)	1. Pengetahuan dasar keuangan pribadi 2. Kemampuan mengelola kas dan tabungan 3. Pemahaman investasi 4. Manajemen risiko keuangan	Skala Likert 1-5

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Y)	Pola pengeluaran mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan, baik secara rasional maupun impulsif (Betharini, 2023)	1. Pembelian impulsif 2. Pemborosan 3. Pembelian berdasarkan kesenangan	Skala Likert 1-5

3.5 Metode Analisis Data

Untuk memperoleh hasil atau jawaban dari suatu penelitian, langkah yang harus dilakukan adalah menganalisis data. Analisis data merupakan tahap krusial dalam proses penelitian karena berfungsi sebagai proses pengolahan data dan informasi yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang diajukan. Pada tahap ini, data akan diklasifikasikan berdasarkan variabel serta karakteristik responden, kemudian disajikan sesuai dengan variabel yang diteliti. Setelah itu, dilakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.0 (Statistical Product and Service Solution), yaitu sebuah aplikasi yang berfungsi untuk membantu proses analisis data dalam penelitian.

3.6 Uji Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Penerapan uji validitas pada penelitian ini ditujukan untuk mengukur apakah kuesioner yang telah ada dan akan disebar memiliki muatan untuk dapat diukur yang mana kuesioner dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang akan diukur serta menghasilkan sebuah data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Instrumen yang valid merupakan instrumen yang dapat mengukur apa yang memang akan diukur dalam penelitian ini

Adanya uji validitas pada penelitian ini diuji melalui uji koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dengan memanfaatkan *SPSS 28*. Menurut (Jabnabillah & Margina, 2022) uji koefisien korelasi *Person Product Moment* (r) memiliki tujuan dalam penelitian untuk mengetahui tingkat hubungan antar variabel. Koefisien korelasi dapat dinyatakan seperti berikut:

- a. Apabila terdapat hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dapat dinyatakan item tersebut valid.
- b. Apabila terdapat hasil nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dapat dinyatakan item tidak valid.
- c. Atau bisa juga diukur melalui
- d. Apabila terdapat nilai Signifikansi *2-tailed* $< 0,05$ serta person correlation bernilai positif maka item pertanyaan yang ada dapat dinyatakan valid.
- e. Apabila terdapat nilai Signifikansi *2-tailed* $> 0,05$ serta person correlation bernilai negatif maka item pertanyaan yang ada dapat dinyatakan tidak valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan salah satu tahapan pengujian instrumen yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan pada subjek dan kondisi yang sama. Jika suatu instrumen dapat menghasilkan hasil yang serupa dalam pengukuran berulang terhadap objek yang sama, maka instrumen tersebut dianggap andal. Sebaliknya, jika hasil pengukuran berubah-ubah dalam kondisi yang sama, maka instrumen tidak dapat dikatakan reliabel.

Menurut (Faradiba, 2020) Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang mampu memberikan hasil yang stabil ketika digunakan untuk mengukur objek penelitian. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan bantuan program *SPSS* versi 25 dengan metode Cronbach's Alpha. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6. Uji ini dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05, dengan dasar pengambilan keputusan yang telah ditentukan sebagai berikut:

- a. Apabila terdapat nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 kuesioner akan dinyatakan reliabel.
- b. Apabila terdapat nilai Cronbach Alpha kurang dari 0,6 kuesioner akan dinyatakan tidak reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan langkah penting dalam analisis regresi linear berganda yang melibatkan pemeriksaan persyaratan statistik antara lain uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah dalam model regresi, residual atau variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Dengan kata lain, apabila data residual berdistribusi secara normal, maka hal itu menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, dan residual berdistribusi secara independen. Melakukan uji normalitas sangat penting karena hasilnya memengaruhi pemilihan uji statistik yang digunakan dalam penelitian. Apabila data mengikuti distribusi normal, maka uji statistik parametrik dapat digunakan. Namun, apabila data tidak mengikuti distribusi normal, maka menggunakan uji statistik non-parametrik. Dalam penelitian ini, untuk mengidentifikasi normalitas data, digunakan uji statistik non parametrik yaitu uji Kolmogorov-Smirnov, dengan hipotesis pengujian sebagai berikut:

H_0 : data terdistribusi secara normal

H_a : data tidak terdistribusi secara normal

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan hipotesis yang di rumuskan (Ghozali, 2018):

- a. Jika nilai sig. > 0,05 maka H_0 diterima.
- b. Jika nilai sig. \geq 0,05 maka H_a ditolak.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat korelasi signifikan antara variabel bebas (Ghozali, 2018). Sebuah model regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat korelasi yang signifikan di antara variabel independennya. Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas, hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa variabel-variabel tersebut mengukur hal yang serupa atau memiliki tumpang tindih informasi. Kondisi seperti ini dikenal dengan istilah multikolinearitas, yaitu ketika dua atau lebih variabel bebas saling memiliki hubungan yang sangat kuat dalam satu model regresi. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas dalam model, salah satu cara yang umum digunakan adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF).

Keberadaan multikolinearitas dalam sebuah model regresi dapat dilihat berdasarkan nilai tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan koefisien korelasi antar variabel bebas. Model regresi bebas dari multikolinearitas jika nilai $VIF < 10$ dan nilai tolerance $> 0,10$ (Ghozali, 2018).

3.7.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual pada setiap observasi. Ketika varians residual bersifat konstan atau seragam antar pengamatan, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat perbedaan varians residual antar pengamatan, maka dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang ideal adalah model yang memenuhi asumsi homoskedastisitas, karena hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model. Dalam penelitian ini, pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode Glejser. Jika hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

3.7.4 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan model regresi yang digunakan untuk menilai hubungan antara variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Menurut (Ghozali, 2018), analisis regresi memungkinkan kita untuk

mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah perilaku konsumtif, sementara variabel independen terdiri dari empat variabel yaitu pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko. Analisis regresi linear berganda dijalankan menggunakan program SPSS dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

a : Konstanta

$\beta_1; \beta_2; \beta_3; \beta_4$: Koefisien regresi (pengetahuan dasar keuangan pribadi; tabungan; investasi; dan manajemen risiko)

$X_1; X_2; X_3; X_4$: Variabel independen (pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko)

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi R^2 digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin kecil mendekati nol, hal itu menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah rendah atau memiliki pengaruh kecil. Sedangkan jika nilai R^2 semakin besar mendekati satu, hal itu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan sebagian besar informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen atau memiliki pengaruh besar.

3.7.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen seperti pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko memiliki pengaruh yang signifikan pada variabel dependen, yaitu perilaku

konsumtif, baik secara individu (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan). Dalam penelitian ini, pengujian tersebut akan menggunakan uji t untuk pengujian secara parsial dan uji F untuk pengujian secara simultan.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya mengukur sejauh mana pengaruh individu dari masing-masing variabel independen, seperti pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko, dalam menjelaskan variasi variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji statistik t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Uji statistik t dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:
Merumuskan hipotesisnya sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengetahuan dasar keuangan pribadi terhadap Perilaku Konsumtif

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari pengetahuan dasar keuangan pribadi terhadap perilaku konsumtif.

$H_a : \beta_1 < 0$, artinya terdapat pengaruh negatif signifikan dari pengetahuan dasar keuangan pribadi terhadap perilaku konsumtif.

b. Pengaruh Tabungan terhadap Perilaku Konsumtif

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari tabungan terhadap perilaku konsumtif.

$H_a : \beta_2 < 0$, artinya terdapat pengaruh negatif signifikan dari tabungan terhadap perilaku konsumtif.

c. Pengaruh Investasi terhadap Perilaku Konsumtif

$H_0 : \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari investasi terhadap perilaku konsumtif.

$H_a : \beta_3 < 0$, artinya terdapat pengaruh negatif signifikan dari terhadap perilaku konsumtif.

d. Pengaruh Manajemen risiko terhadap Perilaku Konsumtif

$H_0 : \beta_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari manajemen risiko terhadap perilaku konsumtif.

$H_a : \beta_4 < 0$, artinya terdapat pengaruh negatif signifikan dari manajemen risiko perilaku konsumtif.

e. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai p-value $> 0,05$, maka H_0 diterima
- Jika nilai p-value $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama dari semua variabel independen yaitu pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko, terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel independen tersebut secara bersama sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Rumusan hipotesisnya:

$H_0: \beta_1; \beta_2; \beta_3; \beta_4 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif

$H_0 = \beta_1; \beta_2; \beta_3; \beta_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh pengetahuan dasar keuangan pribadi, tabungan, investasi, dan manajemen risiko secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif.

Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima
- Jika nilai sig. $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	43	51,81%
Laki-laki	40	48,19%
Total	83	100%

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 43 orang atau sebesar 51,81% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 40 orang, yaitu sebesar 48,19%. Perbedaan jumlah antara responden perempuan dan laki-laki tidak terlalu signifikan, sehingga distribusi jenis kelamin dalam penelitian ini tergolong seimbang. Komposisi ini memberikan gambaran bahwa baik mahasiswa laki-laki maupun perempuan memiliki representasi yang relatif setara dalam penelitian mengenai fintech payment, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kategori Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< 19 tahun	1	1,20%
19–22 tahun	64	77,11%
23–25 tahun	13	15,66%
> 25 tahun	5	6,02%
Total	83	100%

Dari data di atas, terlihat bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 19–22 tahun, yaitu sebanyak 64 orang atau 77,11% dari total responden. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang menjadi objek penelitian berada dalam usia kuliah pada umumnya.

Sebanyak 13 responden (15,66%) berada pada rentang usia 23–25 tahun, yang juga masih termasuk kategori mahasiswa, baik yang sedang menyelesaikan studi S1 maupun sudah lanjut pada jenjang lain.

Adapun responden dengan usia lebih dari 25 tahun berjumlah 5 orang (6,02%), dan yang berusia kurang dari 19 tahun hanya 1 orang (1,20%). Komposisi ini menunjukkan bahwa fokus utama dalam penelitian ini memang berada pada kelompok usia muda (remaja akhir hingga dewasa awal), yang sangat relevan dalam memahami perilaku konsumtif serta pemanfaatan fintech dan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan

Karakteristik responden berdasarkan pengeluaran bulanan responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kategori Pengeluaran Bulanan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< Rp 500.000	5	6,02%
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	12	14,46%
Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	13	15,66%
> Rp 1.500.000	53	63,86%
Total	83	100%

Berdasarkan data di atas, mayoritas responden memiliki pengeluaran bulanan di atas Rp 1.500.000, yaitu sebanyak 53 orang atau 63,86% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden berada dalam kategori pengeluaran tinggi, yang dapat mencerminkan gaya hidup yang lebih konsumtif atau kebutuhan harian yang lebih besar.

13 orang (15,66%) berada pada kategori pengeluaran bulanan Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000, dan 12 orang (14,46%) memiliki pengeluaran antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000. Sementara itu, hanya 5 orang (6,02%) yang

memiliki pengeluaran kurang dari Rp 500.000, yang kemungkinan berasal dari kelompok mahasiswa dengan gaya hidup hemat atau bergantung sepenuhnya pada dukungan finansial terbatas.

4.1.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

4.1.2.1 Uji Validitas

Pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS for Windows dengan level of significant = 5% / 0,05. Adapun pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah:

- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ dan nilai positif atau signifikan $< 0,05$ maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid

Masing-masing variabel memiliki 10 item pernyataan (Q1–Q10). Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 83 orang, sehingga derajat kebebasan (df) = $83 - 2 = 81$. Dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$), maka nilai R tabel = 0.213. Adapun hasilnya pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Fintech Payment	Q1	0.587	0.213	Valid
	Q2	0.875	0.213	Valid
	Q3	0.766	0.213	Valid
	Q4	0.699	0.213	Valid
	Q5	0.478	0.213	Valid
	Q6	0.478	0.213	Valid
	Q7	0.429	0.213	Valid
	Q8	0.833	0.213	Valid
	Q9	0.701	0.213	Valid
	Q10	0.754	0.213	Valid
Literasi Keuangan	Q1	0.410	0.213	Valid
	Q2	0.885	0.213	Valid
	Q3	0.816	0.213	Valid
	Q4	0.506	0.213	Valid
	Q5	0.491	0.213	Valid

	Q6	0.797	0.213	Valid
	Q7	0.740	0.213	Valid
	Q8	0.614	0.213	Valid
	Q9	0.869	0.213	Valid
	Q10	0.728	0.213	Valid
Perilaku Konsumtif	Q1	0.431	0.213	Valid
	Q2	0.889	0.213	Valid
	Q3	0.661	0.213	Valid
	Q4	0.511	0.213	Valid
	Q5	0.519	0.213	Valid
	Q6	0.538	0.213	Valid
	Q7	0.420	0.213	Valid
	Q8	0.490	0.213	Valid
	Q9	0.495	0.213	Valid
	Q10	0.582	0.213	Valid

Seluruh item pernyataan dari ketiga variabel, yaitu fintech payment, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif, memiliki nilai R hitung yang lebih besar dibandingkan R tabel sebesar 0,213 (dengan jumlah responden 83 orang dan tingkat signifikansi 5%). Nilai R hitung pada variabel fintech payment berkisar antara 0,429 hingga 0,875, yang menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada instrumen ini memiliki hubungan yang signifikan dengan total skor variabel. Dengan demikian, seluruh item dalam variabel fintech payment dinyatakan valid.

Hal yang sama juga ditemukan pada variabel literasi keuangan, di mana nilai R hitung berada pada rentang 0,410 hingga 0,885. Ini menandakan bahwa setiap item pernyataan dalam variabel literasi keuangan secara konsisten dapat mengukur aspek yang dimaksud dan layak digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, untuk variabel perilaku konsumtif, nilai R hitung berkisar antara 0,420 hingga 0,889, yang seluruhnya juga lebih tinggi daripada R tabel. Ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel tersebut valid dan relevan untuk menggambarkan karakteristik perilaku konsumtif responden.

4.1.2.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi internal dari item-item dalam satu variabel atau instrumen. Penilaian dilakukan menggunakan nilai Cronbach Alpha, di mana:

- Nilai ≥ 0.60 dianggap memiliki reliabilitas yang cukup atau baik.
- Semakin tinggi nilai Cronbach Alpha, semakin baik konsistensinya.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai r Alpha	Keterangan
Fintech Payment	0.832	0.70	Reliabel
Literasi Keuangan	0.875	0.70	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.814	0.70	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach Alpha di atas 0,70, yang merupakan batas minimum umum untuk menyatakan bahwa suatu instrumen bersifat reliabel. Variabel Fintech Payment memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,832, yang berarti item-item dalam variabel ini memiliki konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur aspek penggunaan layanan fintech.

Variabel Literasi Keuangan menunjukkan reliabilitas yang sangat baik dengan nilai Cronbach Alpha sebesar 0,875, mengindikasikan bahwa seluruh pernyataan yang mengukur pemahaman dan keterampilan responden dalam pengelolaan keuangan adalah konsisten dan stabil. Sedangkan variabel Perilaku Konsumtif memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,814, juga termasuk dalam kategori reliabel, yang berarti pernyataan-pernyataan yang disusun mampu merepresentasikan perilaku konsumtif mahasiswa secara konsisten.

4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, dengan melihat Kolmogorof-Smirnov test. Apabila variabel berdistribusi normal maka nilai signifikannya lebih dari 0,05 (Ghozali, 2016). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	0.957
Most Extreme Differences	Absolute	0.087
	Positive	0.062
	Negative	-0.078
Test Statistic		0.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test terhadap nilai unstandardized residual dari model regresi. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, karena tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data residual dengan distribusi normal.

Selain itu, nilai mean residual sebesar 0,000 dan standar deviasi sebesar 0,957 menunjukkan bahwa sebaran data residual terpusat di sekitar nol, yang merupakan indikasi tambahan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.1.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji model regresi yang didapatkan adanya korelasi pada variabel bebas. Pengujian terhadap ada atau tidaknya multikolonieritas yaitu dapat memakai metode VIF (Variance Inflation Factor). Nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF dibawah 10 maka data dari variabel-variabel independen tidak terjadi Multikolinieritas (Ghozali, 2016). Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Fintech Payment.XI	0.712	1.405
Literasi Keuangan .X2	0.712	1.405

a. Dependent Variable

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk variabel Fintech Payment dan Literasi Keuangan masing-masing sebesar 0.712, dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) keduanya sebesar 1.405.

Karena nilai Tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi ini. Dengan demikian, kedua variabel bebas tersebut dapat digunakan secara bersama-sama dalam analisis regresi tanpa menimbulkan distorsi atau bias pada estimasi koefisien regresi

4.1.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut

Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.735	0.211		3.485	0.001
Harga.XI	0.032	0.058	0.078	0.552	0.582
Promosi .X2	-0.027	0.063	-0.059	-0.429	0.669

a. Dependent Variable

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode regresi Glejser, dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residual. Hasil uji menunjukkan bahwa variabel Fintech Payment (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,582, sedangkan variabel Literasi Keuangan (X2) memiliki nilai signifikansi 0,669. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, yang berarti tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi salah satu asumsi penting dalam regresi linier klasik, yaitu homoskedastisitas (kesamaan varians residual). Artinya, sebaran residual tidak bergantung pada nilai prediktor dan dapat dikatakan stabil. Hal ini semakin memperkuat validitas dari model yang digunakan dalam penelitian ini.

4.1.3.4 Analisis Linear Berganda

Uji regresi berganda bertujuan untuk menemukan persamaan regresi atau pengaruh antara Fintech Payment (X1), Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Analisis regresi berganda dilakukan dengan SPSS 20. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.052	0.675		10.448	0.000
	Fintech Payment. XI	0.315	0.077	0.426	4.091	0.000
	Literasi Keuangan. X2	0.248	0.084	0.361	2.952	0.004

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 7.052 + 0,315X_1 + 0,248X_2$$

Dari persamaan regresi yang telah terbentuk, dapat dijelaskan bahwa masing-masing variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

- Fintech Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi penggunaan fintech payment, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif
- Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan konsumsi, meskipun sifat konsumtifnya bisa bersifat terkontrol atau berdasarkan perencanaan yang lebih sadar

Meskipun literasi keuangan umumnya dianggap menekan perilaku konsumtif, pada konteks ini hasil empiris menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi justru memiliki kemampuan finansial lebih untuk berbelanja secara sadar, misalnya pada produk investasi, perlindungan, atau konsumsi terencana.

4.1.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan variabel Harga, Promosi, Kualitas Produk terhadap variabel Minat Beli. Pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,518	,268	,250	1,334

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan.X2, Fintech Payment.X1

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif.Y

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,268 atau 26,8%. Artinya, sebesar 26,8% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh dua variabel independen, yaitu Fintech Payment dan Literasi Keuangan, secara simultan. Sementara itu, sisanya yaitu 73,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,250 menunjukkan penyesuaian terhadap jumlah prediktor dan ukuran sampel, yang berarti bahwa model tetap cukup kuat meskipun mempertimbangkan jumlah variabel dalam model. Nilai R sebesar 0,518 juga menunjukkan adanya hubungan positif sedang antara prediktor dan variabel terikat.

4.1.4 Pengujian Hipotesis

4.1.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis semua variabel digunakan sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak.
- b. Jika tingkat signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima
- c. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji t

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.052	0.675		10.448	0.000
	Fintech Payment. XI	0.315	0.077	0.426	4.091	0.000
	Literasi Keuangan. X2	0.248	0.084	0.361	2.952	0.004

a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel Fintech Payment maupun Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Variabel Fintech Payment memiliki koefisien regresi sebesar $B = 0.315$, dengan nilai signifikansi $p = 0.000 (< 0.05)$, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi penggunaan fintech payment, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif.

Demikian pula, Literasi Keuangan memiliki nilai koefisien regresi sebesar $B = 0.248$, dengan $p = 0.004 (< 0.05)$. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan konsumsi, meskipun sifat konsumtifnya bisa bersifat terkontrol atau berdasarkan perencanaan yang lebih sadar.

Secara keseluruhan, model regresi ini signifikan, dan kedua variabel independen terbukti secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini menguatkan asumsi bahwa baik kemudahan transaksi digital maupun pengetahuan keuangan merupakan dua faktor penting yang membentuk perilaku konsumtif mahasiswa saat ini.

4.1.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk membuktikan kebenaran hipotesis semua variabel digunakan sebagai berikut:

- Jika tingkat signifikan lebih besar dari 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika tingkat signifikan lebih kecil dari 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima
- Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.431	2	26.215	14.682	0.000
	Residual	142.379	80	1.780		
	Total	194.810	82			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan.X2, Fintech Payment.X1

Berdasarkan hasil uji F (uji simultan), diperoleh nilai F hitung sebesar 14,682 dengan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari batas signifikan $\alpha = 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel Fintech Payment (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Fintech Payment terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan dalam penelitian ini, variabel Fintech Payment (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,315 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa Fintech Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan layanan pembayaran digital (fintech payment), maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian atau konsumsi, baik secara terencana maupun impulsif.

Hasil ini diperkuat oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, yang berarti bahwa hipotesis alternatif diterima, dan terdapat hubungan yang bermakna antara fintech payment dengan perilaku konsumtif. Selain itu, nilai koefisien Beta sebesar 0,426 menunjukkan bahwa fintech payment memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk perilaku konsumtif dibandingkan literasi keuangan.

Jika dikaitkan dengan data kuesioner yang diisi oleh responden, sebagian besar mahasiswa menyatakan sangat setuju atau setuju terhadap pernyataan yang mengindikasikan kepercayaan, kemudahan, serta kenyamanan dalam menggunakan fintech payment. Sebagai contoh, pernyataan seperti “Saya merasa nyaman

melakukan transaksi keuangan melalui fintech karena memiliki sistem keamanan yang andal” dan “Fintech payment membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran” mendapat rata-rata skor tinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa memang terbiasa dan merasa aman dengan penggunaan layanan ini.

Selain itu, banyak mahasiswa yang juga menyatakan bahwa keberadaan promo, diskon, atau fitur cashback turut menjadi alasan utama dalam meningkatkan intensitas belanja mereka. Hal ini menunjukkan bahwa fintech payment bukan hanya berfungsi sebagai alat transaksi, melainkan juga sebagai pendorong gaya hidup konsumtif melalui strategi pemasaran yang menarik. Aplikasi e-wallet atau mobile banking yang digunakan memberikan kemudahan akses, tidak hanya dalam hal pembayaran, tetapi juga dalam bentuk integrasi dengan e-commerce, QR-code merchant, dan layanan pinjaman instan, yang berpotensi mendorong konsumsi yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Mukti et al. (2023) dalam penelitiannya berjudul “Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura”. Penelitian tersebut menyatakan bahwa fintech payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, sementara literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan. Mukti et al. menjelaskan bahwa kemudahan dan kepraktisan layanan fintech payment menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Fenomena ini juga didorong oleh promosi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan fintech, yang membuat mahasiswa cenderung berbelanja lebih dari kebutuhannya.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh studi Mursalim et al. (2024) yang mengkaji pengaruh literasi keuangan, fintech digital payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Makassar. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa fintech digital payment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, bersama dengan gaya hidup. Mahasiswa cenderung memanfaatkan kemudahan layanan digital ini untuk membeli barang secara cepat, khususnya yang ditawarkan dalam platform daring. Mursalim et al. menambahkan bahwa tingginya eksposur terhadap media sosial dan fitur-fitur

impulsif seperti "beli sekarang, bayar nanti" atau "one-click payment" menyebabkan mahasiswa melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang.

Kedua penelitian tersebut memperkuat kesimpulan bahwa fintech payment secara langsung mempengaruhi kebiasaan konsumsi mahasiswa. Mahasiswa sebagai generasi digital native sangat mudah beradaptasi dengan teknologi keuangan, tetapi sering kali belum memiliki kontrol finansial yang matang. Terlebih, kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh fintech payment menghilangkan hambatan psikologis dalam mengeluarkan uang secara fisik, sehingga mereka lebih mudah tergoda untuk membeli sesuatu secara instan.

Dalam konteks mahasiswa Universitas Islam Indonesia, fintech payment digunakan tidak hanya untuk transaksi primer seperti membeli makanan, transportasi, atau membayar tagihan, tetapi juga untuk pembelian barang sekunder atau tersier seperti aksesoris, fashion, dan layanan hiburan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan fintech payment memberikan kontribusi signifikan terhadap terbentuknya pola konsumsi yang cepat, mudah, namun berisiko pada perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, jika tidak diimbangi dengan pemahaman literasi keuangan yang baik.

4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, variabel Literasi Keuangan (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,248 dengan nilai signifikansi 0,004, yang berarti literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Nilai signifikansi ini berada di bawah ambang batas $\alpha = 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif diterima, dan terdapat hubungan yang bermakna antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Menariknya, meskipun secara teoritis literasi keuangan diasumsikan dapat menekan atau mengurangi kecenderungan konsumtif karena pengetahuan yang lebih baik mengenai manajemen keuangan, hasil penelitian ini justru menunjukkan pengaruh positif, yang artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan untuk melakukan konsumsi. Fenomena ini

mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi justru lebih percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk keputusan konsumsi, karena mereka merasa mampu mengelola risiko dan mengatur keuangan secara lebih terencana.

Data ini diperkuat oleh tanggapan responden dalam kuesioner, di mana sebagian besar mahasiswa menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap pernyataan-pernyataan yang mengindikasikan pemahaman mereka terhadap konsep literasi keuangan, seperti “Saya mengetahui cara menyusun keuangan untuk tujuan jangka pendek, menengah, dan panjang” serta “Saya memahami pentingnya mengatur pengeluaran dan pemasukan agar keuangan tetap seimbang”. Skor rata-rata yang tinggi pada indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman yang baik terhadap aspek-aspek dasar literasi keuangan.

Namun, dalam praktiknya, mahasiswa dengan pemahaman finansial yang baik juga cenderung menggunakan konsumsi sebagai bentuk ekspresi diri atau untuk memenuhi gaya hidup tertentu, tetapi dalam kerangka pengelolaan keuangan yang dianggap “aman” oleh mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya responden yang setuju dengan pernyataan seperti “Saya membeli produk yang dapat menambah kepercayaan diri” atau “Saya membeli barang tertentu agar dianggap mengikuti gaya hidup teman-teman saya”. Dengan kata lain, pengetahuan keuangan tidak selalu menahan konsumsi, tetapi dalam beberapa kasus justru memberikan pembenaran atau legitimasi terhadap keputusan belanja, selama mereka merasa mampu mengelola dampaknya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Mukti et al. (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di FEBI IAI Darussalam Martapura. Dalam penelitian tersebut, literasi keuangan dianggap tidak cukup kuat dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa secara mandiri, meskipun secara simultan bersama fintech payment menunjukkan pengaruh. Perbedaan hasil ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh karakteristik demografis responden dan konteks lingkungan sosial ekonomi mahasiswa. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia mungkin memiliki latar belakang keluarga, akses informasi, atau eksposur terhadap produk keuangan

yang lebih tinggi, sehingga literasi keuangan mereka benar-benar diinternalisasi dan berimplikasi terhadap perilaku ekonomi.

Sebaliknya, hasil penelitian ini sejalan dengan studi Mursalim et al. (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, meskipun arah pengaruhnya adalah negatif. Dalam konteks penelitian tersebut, mahasiswa di Kota Makassar dengan literasi keuangan yang tinggi justru cenderung lebih hati-hati dan menahan diri dari perilaku konsumtif berlebihan. Perbedaan arah pengaruh ini dapat dijelaskan oleh dimensi lain dalam perilaku konsumsi mahasiswa, seperti gaya hidup dan motivasi psikologis yang tidak sepenuhnya ditangkap oleh indikator literasi keuangan konvensional.

Dalam studi Mursalim et al., gaya hidup mahasiswa menjadi variabel penting yang memoderasi hubungan antara literasi dan konsumsi. Ketika gaya hidup cenderung hedonistik, maka meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan, hal itu tidak serta-merta menurunkan perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, mereka justru menggunakan pengetahuan tersebut untuk membenarkan konsumsi yang dianggap “terkontrol”.

Dengan demikian, temuan positif dalam penelitian ini tidak harus diartikan sebagai literasi keuangan menyebabkan pemborosan, tetapi lebih kepada bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan merasa lebih siap dan nyaman untuk melakukan pengeluaran, karena mereka memiliki kemampuan untuk mengatur, mengantisipasi, bahkan merencanakan konsumsi dalam konteks yang rasional. Hal ini termasuk alokasi dana untuk kebutuhan sekunder, belanja daring, hiburan, hingga investasi dalam bentuk barang konsumsi yang bernilai gaya hidup.

Namun demikian, hal ini tetap perlu menjadi perhatian, terutama dalam konteks pendidikan tinggi. Peningkatan literasi keuangan tidak cukup hanya dengan pemahaman teknis, tetapi juga harus diiringi dengan pendekatan etik dan prioritas kebutuhan, agar mahasiswa tidak terjebak dalam konsumsi yang bersifat simbolik atau sebagai bentuk tekanan sosial. Edukasi keuangan yang berorientasi pada kesadaran nilai, tanggung jawab keuangan, dan pengelolaan risiko jangka panjang harus diperkuat.

4.2.3 Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fintech Payment dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F (ANOVA) yang menghasilkan nilai F hitung sebesar 14,682 dengan signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, model regresi yang melibatkan kedua variabel bebas tersebut terbukti layak digunakan untuk menjelaskan variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif. Artinya, baik penggunaan teknologi finansial (fintech payment) maupun tingkat literasi keuangan bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai R Square sebesar 0,268, yang berarti bahwa sebesar 26,8% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh fintech payment dan literasi keuangan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam model ini, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, tekanan kelompok, atau faktor psikologis lainnya.

Dalam konteks responden, mayoritas mahasiswa menyatakan tingkat penggunaan fintech payment yang tinggi dan pemahaman yang cukup baik terhadap prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan. Misalnya, mereka menyatakan setuju terhadap pernyataan seperti “Fintech payment membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran” dan “Saya mengetahui manfaat dari perencanaan keuangan dan risiko jika tidak melakukan perencanaan keuangan”. Namun, pada saat yang sama, responden juga menunjukkan kecenderungan tinggi terhadap konsumsi berdasarkan faktor diskon, kemudahan transaksi, dan dorongan sosial, sebagaimana ditunjukkan oleh banyaknya yang menyetujui pernyataan seperti “Saya membeli barang karena sedang tren atau digunakan influencer”.

Temuan ini mencerminkan bahwa penggunaan fintech payment yang mudah, cepat, dan praktis mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian dengan frekuensi lebih tinggi, baik secara sadar maupun impulsif. Sementara itu, literasi keuangan berperan sebagai alat justifikasi atau pembenaran terhadap konsumsi

tersebut, di mana mahasiswa merasa mampu mengendalikan keuangan pribadi mereka meskipun intensitas belanja meningkat. Dengan kata lain, kedua variabel tersebut saling memperkuat dalam mendorong terjadinya konsumsi, bukan saling menekan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Arifa (2023) dalam studinya *The Effect of Fintech E-Wallet (ShopeePay) and Financial Literacy on Student Consumptive Behavior*. Arifa menemukan bahwa baik fintech e-wallet maupun literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun secara parsial literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan. Penelitian tersebut menggarisbawahi bahwa kemudahan transaksi melalui ShopeePay membuat mahasiswa lebih aktif dalam berbelanja, dan mereka yang memiliki literasi keuangan tinggi justru cenderung lebih aktif dalam menggunakan fitur-fitur keuangan digital, termasuk diskon, cashback, atau paylater, karena memahami cara kerjanya dan merasa mampu mengelolanya.

Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Mukti et al. (2023) yang menyimpulkan bahwa secara simultan fintech payment dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. Meskipun secara parsial hanya fintech payment yang berpengaruh signifikan, namun literasi keuangan tetap memberikan kontribusi dalam model ketika diuji bersama. Mukti dkk. menjelaskan bahwa banyak mahasiswa merasa lebih percaya diri melakukan konsumsi karena telah memahami cara pengelolaan keuangan dasar, meskipun penerapannya belum sepenuhnya disiplin.

Kedua penelitian tersebut memperkuat hasil penelitian ini, bahwa dalam era digital, literasi keuangan tidak selalu bertindak sebagai rem terhadap konsumsi, melainkan dapat menjadi pemicu konsumsi yang lebih terencana atau terkontrol secara rasional. Mahasiswa yang memiliki akses pada teknologi keuangan modern dan memiliki literasi finansial merasa nyaman untuk melakukan konsumsi, karena mereka yakin mampu menghitung, merencanakan, dan mengelola risiko finansial yang ditimbulkan. Hal ini menunjukkan pergeseran paradigma, di mana perilaku konsumtif tidak selalu bersifat negatif, tetapi dapat merepresentasikan bentuk konsumsi sadar dan terarah apabila didukung oleh pemahaman keuangan yang baik.

Namun demikian, kondisi ini tetap menuntut perhatian. Mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi bisa saja terlalu percaya diri hingga mengabaikan risiko jangka panjang, seperti akumulasi hutang digital (misalnya fitur paylater), pengeluaran impulsif terselubung, atau kehilangan kontrol terhadap batas konsumsi yang sehat. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa harus disertai dengan pendekatan etis dan reflektif terhadap nilai konsumsi, bukan hanya pengetahuan teknis tentang keuangan pribadi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis data, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fintech Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan layanan fintech (seperti e-wallet, mobile banking, dan QRIS), maka semakin tinggi kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi.
2. Literasi Keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Meskipun secara teori literasi keuangan seharusnya menekan perilaku konsumtif, dalam penelitian ini mahasiswa dengan tingkat literasi tinggi justru merasa lebih percaya diri untuk berbelanja karena mampu mengelola keuangan secara sadar dan terencana.
3. Secara simultan, Fintech Payment dan Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kombinasi keduanya menjelaskan 26,8% variabilitas perilaku konsumtif, berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2).

5.2 Keterbatasan

1. Ruang lingkup responden terbatas pada satu institusi, yaitu Universitas Islam Indonesia (UII).

Hasil penelitian ini tidak serta-merta dapat digeneralisasikan untuk seluruh mahasiswa di Indonesia, karena karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya antar kampus bisa berbeda.

2. Variabel bebas hanya mencakup Fintech Payment dan Literasi Keuangan.

Sementara perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh banyak faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, lingkungan teman sebaya, serta tingkat stres akademik yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

3. Data dikumpulkan melalui metode kuisioner dengan skala Likert yang bersifat self-report.

Hal ini dapat menimbulkan bias subjektivitas responden, terutama dalam hal pengakuan atas perilaku konsumtif atau tingkat pemahaman keuangan yang mungkin berbeda dengan kondisi nyata.

5.3 Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menggunakan layanan fintech payment dengan mengedepankan kebutuhan dibandingkan keinginan. Meskipun teknologi keuangan memberikan kemudahan dalam transaksi, penggunaan yang tidak terkontrol dapat mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

2. Bagi Universitas (UII)

Pihak kampus disarankan untuk mengembangkan program edukasi literasi keuangan berbasis praktik digital, seperti pelatihan pengelolaan keuangan berbasis aplikasi, simulasi budgeting mahasiswa, serta kampanye anti-perilaku konsumtif.

3. Bagi Pengembang Fintech

Perusahaan penyedia layanan fintech sebaiknya menyediakan fitur edukatif yang mendorong pengguna, khususnya mahasiswa, untuk lebih sadar dalam mengelola konsumsi, misalnya dengan fitur notifikasi batas belanja, pengingat pengeluaran bulanan, atau laporan keuangan harian.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memasukkan variabel lain seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, atau tekanan sosial sebagai faktor tambahan yang turut memengaruhi perilaku konsumtif. Bagi Mahasiswa

5.4 Agenda Peneliti Mendatang

1. Penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan populasi tidak hanya pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia, tetapi juga mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di wilayah berbeda, baik negeri maupun swasta, untuk

memperoleh gambaran yang lebih representatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Indonesia.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti gaya hidup hedonis, pengaruh media sosial, tekanan teman sebaya, serta persepsi risiko keuangan. Hal ini bertujuan untuk menangkap faktor-faktor yang lebih kompleks dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam terhadap motif konsumsi mahasiswa, peneliti selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kualitatif (misalnya wawancara atau FGD), atau pendekatan campuran (mixed method), agar analisis tidak hanya kuantitatif tetapi juga menangkap konteks sosial dan psikologis responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan fintech payment terhadap financial behavior mahasiswa pada bank syariah (studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin walisongo semarang)*. 1905036105.
- Amal, B., Seftia, V., Zahra, A. A., Ramdhan, A., Mugni, A., Keysha, D., & Ramdhani, I. (2024). *Pengaruh Penggunaan ShopeePAY sebagai Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Akuntansi 2023 di UNSIKA*. 8, 44555–44563.
- Amelia, D., Andiani, P., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., Karawang, U. S., & Maria, R. (2023). *e-ISSN 4684 - 6756*. 9, 3468–3475.
- Amin, N. F., Garancang, S., Abunawas, K., Makassar, M., Negeri, I., & Makassar, A. (2023). *14(1)*, 15–31.
- Anggraeni, D. K. (2024). *No Title*. 7, 23–32.
- Arifa, D. (2023). *The Effect Of Fintech E-Wallet (ShopeePAY) And Financial Literacy On Student Consumptive Behavior*. 1(1), 1013–1023.
- Ariska, S. N., & Jusman, J. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Tekhnologi dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. 7, 2662–2673.
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif*. 7, 2010–2020.
- Azka, F. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU*. 17(2), 1–11.
- Azzahra Fatimah Aqilla. (2023). *PENGARUH PENGGUNAAN FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN*.
- Azzahra, T., Manajemen, P. S., Indonesia, U. I., & Yogyakarta, D. I. (2022). *Pengaruh Financial Technology Payment , Financial Attitude , dan Financial Knowledge terhadap Financial Management*. 01(02), 78–91.
- Batubara, P., Terdaftar, Y., Bei, D., Hendra, J., Nisah, E. S., & Vidiyastutik, E. D. (2024).

- Pengaruh Struktur Modal , Keputusan Investasi Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor. 4(1), 119–128.*
- Betharini, N. (2023). *PENGGUNAAN FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU. 2, 1416–1429.*
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (n.d.). *Fundamentals of Financial Management Eleventh Edition.*
- Danuri, M. (2021). *PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI. March.*
- Diah, P., Junitasari, K., Indrajaya, I. G. B., Wantara, I. G. A., & Wibhi, K. (2023). *Pemahaman Penggunaan Financial Technology (Fintech) Dalam Konteks Sistem Pembayaran Dan Layanan Keuangan.*
- Dimas, S. S. (2024). *The influence of understanding financial literacy , perceived ease of users , and consumptive lifestyles on the use of Shopee paylater (to student in the special region of Yogyakarta). 6, 339–347.*
- Distian, M., Hermawan, A., Septiani, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Palembang, A. (2024). *LITERASI KEUANGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA : 16(3), 187–196.*
- Dm, R. (2025). *Peran Financial Technology (FinTech) dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan di Indonesia The Role of Financial Technology (FinTech) in Increasing Financial Inclusion in Indonesia. 8(1), 928–936.*
<https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.7071>
- Erlangga, M. Y., Krisnawati, A., Bisnis, P. M., & Telkom, U. (2017). *PENGARUH FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU. 53–62.*
- Faradiba. (2020). *PENGGUNAAN APLIKASI SPSS UNTUK ANALISIS STATISTIKA.*
- Fitriani, Y., Pakpahan, R., Junadi, B., & Widyastuti, H. (2022). *ANALISA PENERAPAN LITERASI DIGITAL DALAM. 6(2), 439–448.*
<https://doi.org/10.52362/jisamar.v6i2.784>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS25 Edisi 9. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*

- Hayyi Farhan Taqiyuddin, A. A. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Indonesia*. 01(05), 203–218.
- Imam, M., Prastawa, P., Alliyah, S., & Ekonomi, F. (2023). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer (JAKK) Pengaruh Kompetensi , Partisipasi Penyusunan Anggaran , Dan Motivasi Pendahuluan*. 6(6).
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). *Analisis korelasi pearson dalam menentukan hubungan antara motivasi belajar dengan kemandirian belajar pada pembelajaran daring*. 1, 14–18.
- Jaya, A., Kuswandi, S., & Prasetyandari, C. W. (n.d.). *Manajemen keuangan*.
- Kaiser, T., & Lusardi, A. (2024). *Financial Literacy and Financial Education : An Overview*. April.
- Khaidir, M. N. (2024). *Implementasi literasi manajemen keuangan mahasiswa ekonomi terhadap kehidupan sehari hari*. 2(1), 1–16.
- Kustina, K. T., & Aji, W. S. (2023). *Cashless Society Sebagai Pemoderasi Pengaruh Fintech Payment Gateway Terhadap Kinerja Keuangan UMKM di Kota Denpasar*. 10(1), 32–41.
- Laily, N., & Malang, U. N. (n.d.). *Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan*. 2012.
- Layuksugi, A. A., Riyadi, S., & Nurdin, M. (2024). *POMA JURNAL : PUBLISH OF MANAGEMENT Volume 2 Nomor 1 , Juli 2024 PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY PAYMENT DAN LITERASI KEUANGAN UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA TORAJA (Studi Empiris Pada Mahasiswa Manajemen)*. 2, 1–12.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). *of Financial Literacy : Theory and Evidence*. 52, 5–44.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). *The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field*. 37(4), 137–154.
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). *Opening a New Field*.

37(4), 137–154.

- Mardanus, A. A., Utama, P. C., & Sugiharto, R. A. (2024). *Strategi Perencanaan Keuangan Mahasiswa Manajemen 2023 Universitas Negeri Semarang*. 1(1), 205–215.
- Medica, P., Husada, F., Ustiawaty, J., Medica, P., Husada, F., Andriani, H., Sukmana, D. J., & Mada, U. G. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue April).
- Milano, S. K. (2021). *ANALISIS PENGEMBANGAN KAWASAN PERMUKIMAN BERDASARKAN KEMAMPUAN LAHAN DI DISTRIK MUARA TAMI*. 8(3), 311–325.
- Muin, A. N., Abidin, Z., Idris, M., & Ekonomi, P. (2025). *FINANCIAL (FINTECH) TERHADAP*. 8, 1239–1243.
- Mukti1, S. P., 2, L. M., & 3, H. K. (2023). *Consumption Behavior*. 13(2), 114–127.
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). *Pengaruh literasi keuangan, fintech digital payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di kota makassar*. 6(2), 76–90.
- Nani, D. A., Ahluwalia, L., Novita, D., & Indonesia, U. T. (2021). *Pengenalan Literasi Keuangan dan Personal Branding di Era Digital bagi Generasi Z di SMK PGRI 1 Kedondong*. 2(2), 43–47.
- Novianta, E., Andani, A., & Pane, S. G. (2024). *Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Generasi Z*. 4(1).
- Novitasari, M. (2020). *Journals of Economics Development Issues (JEDI) PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY KNOWLEDGE DAN PREFERENSI*. 3(1), 50–60.
- Nugroho, T. C., Pubra, E. H., Mustafa, R., & Helwani, K. (n.d.). *Analisis Pengalaman Penggunaan Dompot Digital (Studi Kasus : Shopeepay)*. 3(1), 26–31.
- OECD. (2022). *International Network on Financial Education*. <https://www.oecd.org/en/networks/infe.html>
- Pratama, D. V., Oktapiani, S., & Literacy, F. (2023). *PENGARUH FINTECH PAYMENT*,

- FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE* Devy Valma Pratama 1 , Serli Oktapiani 2 1. 1(4), 410–421.
- Priyono, J. I., Ahmad, R., Lismiatun, F., Keuangan, P. M., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2022). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. 1(2), 351–357.
- Pulungan, D. R., Khairani, L., Arda, M., Koto, M., & Kurnia, E. (2019). *Memotivasi Anak Usia Dini Menabung Demi Masa Depan*. 1(1), 296–301.
- Purrohman, purnama 1, Ruslan, ahmad 2, & Muhtarom, herdin 3. (2024). EDUKASI LITERASI KEUANGAN BAGI GENERASI MUDA. *EDUKASI LITERASI KEUANGAN BAGI GENERASI MUDA*, 06, 1–7.
- Puspitasari, A. D., Octavini, N. A., Setiawan, Y., & Nuraini, R. (2024). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Keberlanjutan UMKM Perempuan : Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Fintech* *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. 25(2), 122–142.
- Putri. (2024). *FINTECH PAYMENT PADA GENERASI Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali)* NAMA NIM : KADEK NOVIRA WIDIA *PUTRI FINTECH PAYMENT PADA GENERASI Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali)*.
- Putri, F. K., & Dewi, W. P. (2024). *RATIO : Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia Literasi Keuangan , Gaya Hidup , dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi : Pembelajaran Akuntansi Keuangan sebagai Variabel Moderasi*. 5(1). <https://doi.org/10.30595/ratio.v5i1.20227>
- Putri, S. E., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). *Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 64-72 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan paylater pada mahasiswa The effect of financial literacy and technology acceptance model on interest in using shopee paylater in students*. 1(1), 64–72.
- Rahayu, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi*

- Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia.* 6(1).
<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>
- Rizki Alfianto. (2024). *Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Oleh: Rizki Aliffianto.*
- Safitri, T. A., & Payment, F. (2021). *KONTRIBUSI FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN DI MASA PANDEMI COVID-19.* 23.
- Sahamony, N. F. (n.d.). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Kemahiran Digital Mahasiswa Universitas Binawan Digital Proficiency of Binawan University Students.* 1(1), 58–67.
- Salsabila Arin, S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.*
- Saputri, E. R., Erdi, T. W., Yuniarto, A. E., Keuangan, L., Tua, K. O., Social, S., Behavior, F., & Financial, A. F. (2023). *Analisis Faktor Financial Behavior pada Mahasiswa Akuntansi.* 3261–3274. <https://doi.org/10.24843/EJA.2023.v33.i12.p11>
- Sburoto, R. (2016). No Title. *PENDIDIKAN LITERASI KEUANGAN PADA ANAK,* 14–28.
- Shopeepay.co.id/fitur. (2025). *ShopeePay.co.id.*
- Ghozali, I. 2019. *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.* Semarang: Universitas Diponegoro
- Suziana, H. (2022). *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN (DOMPET DIGITAL) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA APLIKASI SHOPEE.*
- Utami, E. Y., Hendrayan2, E., Nitawati, E. Y., Nuraini, L., & Kalalo, R. R. (2024). *EKSPLORASI PENGGUNAAN E-WALLET SHOPEEPAY PADA MAHASISWA DI INDONESIA.* 08(02), 1–13.
- Viana, E. D. (2021). *Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi*

Z di Jabodetabek Financial Literacy , Financial Inclusion , and Investment Interest Generation Z ' s in Jabodetabek pertumbuhan ekonomi maupun meningkatkan kesejahteraan masyarakat . Dominasi generasi muda juga menjadi bonus tersendiri bagi demografi Indonesia sekaligus peluang serta tantangan dalam melakukan transformasi digital baik dalam literasi keuangan maupun dalam penyediaan produk dan layanan sektor jasa keuangan (OJK , 2020) . kesejahteraan keuangan (financial well-being) individu dan masyarakat dan berpartisipasi dalam keuangan . Hal ini dapat dilihat dari hasil survei yang dilakukan OJK . Terdapat gap yang cukup. 12(3), 252–264.

Wachyu, W., & Winarto, A. (2020). *Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 3(1), 61–73.

Wajidi Farid, et al. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. www.freepik.com.

Wijaya, N. D., Habiburahman, & Toton. (2023). *Literasi dan sikap keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa mahasiswi universitas bandar lampung*. 76–84.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Tiara Ayu Kristyaningrum, mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Bisnis Digital, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi saya tentang **"Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Indonesia"**. Oleh karena itu, mohon bantuan kepada rekan-rekan untuk mengisi kuisisioner berikut.

Melalui kuisisioner ini, peneliti memohon atas kesediaan waktu rekan-rekan untuk menjadi responden penelitian dengan mengisi kuisisioner ini secara jujur dan terbuka. Informasi yang telah diberikan akan digunakan dengan bijak oleh peneliti yaitu hanya digunakan untuk kepentingan penelitian yang sedang dilakukan.

Skala yang digunakan peneliti sebagai berikut:

5 (SS) : Sangat Setuju 4 (S) : Setuju

3 (N) : Netral

2 (TS) : Tidak Setuju

1 (STS) : Sangat Tidak Setuju

Terimakasih atas dukungan dan partisipasi yang sudah diberikan. Apabila terdapat pertanyaan ataupun masukan terkait kuisioner ini dapat menghubungi saya melalui email:

21211020@students.uii.ac.id

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Peneliti

Tiara Ayu
Kristyaningrum

21211020

**KUISSIONER PENELITIAN PENGARUH FINTECH PAYMENT DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Oleh : Tiara Ayu Kristyaningrum / 21211020

Identitas Responden

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Keamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - <19 tahun
 - 12 – 22 tahun
 - 23 – 25 tahun
 - >25 tahun
4. Angkatan :

- 2021
- 2022
- 2023
- 2024

5. Program Studi :

- Bisnis Digital
- Lainnya :

6. Pengeluaran bulanan (tidak termasuk uang kuliah) :

- < Rp 500.000
- Rp 500.000 – Rp 1.000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
- > Rp 1.500.000

7. Apakah Anda pernah menggunakan layanan fintech payment (misalnya: ShopeePay, OVO, DANA, GoPay, dll)? :

- Ya
- Tidak

8. Frekuensi penggunaan fintech payment dalam 1 minggu terakhir :

- Tidak Pernah
- 1–2 kali

- 3–5 kali
- > 5 kali

TABEL PERSEPSI RESPONDEN

1. Fintech Payment

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin uang yang tersimpan dalam aplikasi fintech payment akan terjamin dari hacker					
2	Layanan fintech payment memenuhi layanan yang dijanjikan (mudah, aman, dan cepat)					
3	Saya percaya dalam bertransaksi menggunakan fintech payment tidak akan menimbulkan ke-khawatiran bagi saya nantinya					
4	Saya percaya ketika saya menggunakan layanan fintech payment akan memungkinkan saya untuk membayar lebih cepat					
5	Fintech payment dapat diakses kapanpun dan dimanapun					
6	Dengan menggunakan fintech payment, banyak diskon yang tersedia, sehingga menguntungkan bagi pengguna					
7	Fintech payment membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran					
8	Penggunaan aplikasi fintech payment sangat mudah sehingga saya mampu melakukan sendiri tanpa bantuan orang lain					
9	Tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara penggunaan fintech payment					
10	Aplikasi fintech payment sangat mudah dioperasikan sehingga saya tidak merasa kesulitan					

2. Literasi Keuangan

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui manfaat dari perencanaan keuangan dan risiko jika tidak melakukan perencanaan keuangan					
2	Saya mengetahui cara menyusun keuangan untuk tujuan jangka pendek, menengah atau panjang					
3	Saya berusaha untuk tetap menabung karena untuk kepentingan dana darurat					
4	Memiliki tabungan di masa yang akan datang merupakan hal yang diperlukan untuk antisipasi kebutuhan tidak terduga di masa depan					
5	Saya mengetahui dalam kredit ada bunga yang harus dibayarkan					
6	Saya mengetahui bahwa dalam mengelola keuangan, mengasuransikan diri sendiri memiliki banyak manfaat					
7	Memilih asuransi sesuai kebutuhan saya, serta layanan dan manfaat terbaik merupakan faktor dalam menentukan jenis asuransi					
8	Dengan adanya asuransi kita tidak perlu merasa khawatir jika terdapat musibah yang menimpa kita					
9	Saya mengetahui bahwa saham, obligasi, dan reksadana merupakan beberapa jenis investasi yang menguntungkan					
10	Berinvestasi selama pandemi COVID-19 membutuhkan analisis yang baik karena risiko yang dihadapi lebih fluktuatif					

3. Perilaku Konsumen

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk karena suka berbelanja, bukan karena kebutuhan					
2	Saya tertarik untuk membeli produk-produk yang dipajang dengan unik dan mudah terlihat oleh mata					
3	Saya membeli produk tanpa pertimbangan harga					
4	Saya suka membeli produk yang sedang diskon atau promo					
5	Saya mudah tertarik dengan produk yang mendapat bonus hadiah					
6	Saya tertarik dengan produk yang harganya mahal karena percaya akan kualitasnya					
7	Saya mengutamakan kecocokan harga dalam membeli barang					
8	Saya menggunakan barang-barang mewah untuk mendapatkan kesenangan					
9	Saya suka membeli produk yang dapat menambah kepercayaan diri					
10	Saya suka membeli produk dengan harga mahal karena mencerminkan kepribadian saya					

Lampiran 2. Data Karakteristik Responden

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pengeluaran Bulanan (Tidak Termasuk Uang Kuliah)
Fachrika	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Elle Noa	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Vidi Nur Isnaeni	Perempuan	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Rike	Perempuan	> 25 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Tifani Rizky Asyfa	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Rusina Aulia Azizah	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Flower	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Ririn Dyah Anggraheni	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Icay	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Doni Ary Indrawan	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Ali Aminudin	Laki - Laki	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Balqis	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Hapis	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Tiara Octa	Perempuan	19–22 Tahun	< Rp 500.000
Rifa'i Iqbal Rifandi	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Darwis	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Syahrul Pudjha Renjana	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Ahmad Bahrul Hikam	Laki - Laki	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Bangun Rizki Wijaya	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Rizky Arfentona	Laki - Laki	<19 Tahun	< Rp 500.000
Muhammad Farkhan Fauzan	Laki - Laki	19–22 Tahun	< Rp 500.000
Muhammad Rizky Maulana	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Hania	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000

Hafizh Alvyn	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Fido	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Farhan Ramadhan	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Fido	Laki - Laki	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Linda Maya Sari	Perempuan	> 25 Tahun	> Rp 1.500.000
Maya Haura As Shafa	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Ariel	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Rifky	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Gismal Haikal	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Novita	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Muhammad Mu'thi Ali	Laki - Laki	19–22 Tahun	< Rp 500.000
Hanif	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Syifa Aulia	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Haekal Shafarullah Al Kautsar	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Rizal Falih Adiansyah	Laki - Laki	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Yuda	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Sasa	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Saddam	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Tol'at Wafa	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Indah Wulandari	Perempuan	23–25 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Fahrika	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Raden Kevin Diaz F	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Sabina	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Benjamin Turner	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Wildhan Alqis D.W	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Tiara	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Imam	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Kayla	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Sabrina	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Fai	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Rinjani	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Aziz Saputra	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Rizki	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Alwi	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Akbar	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000

Agnes	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Vanessia Luinsky	Perempuan	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Puti	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Aya	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Papito	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Syifa	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Naya	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Denny Yuda	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Ristanti	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Azra	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Shiva Aunura Oktaviana	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Muhammad Mahdy Qalbu Salim	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Bella	Perempuan	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Nihaya	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Ahmad Nabil	Laki - Laki	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Rendy Cahya Prasetyo	Laki - Laki	19–22 Tahun	< Rp 500.000
K	Perempuan	19–22 Tahun	> Rp 1.500.000
Sandy Alfaruq	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Tams	Laki - Laki	23–25 Tahun	> Rp 1.500.000
Naya Nurfadillah	Laki - Laki	19–22 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Siti Nur Rohmah	Perempuan	19–22 Tahun	< Rp 500.000
Resi Krisna	Laki - Laki	23–25 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Lutfi	Laki - Laki	> 25 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
Aditya Kurniawan	Laki - Laki	23–25 Tahun	Rp 500.000 – Rp 1.000.000
Rahma Agnendya	Perempuan	> 25 Tahun	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000

Lampiran 3. Data Penelitian

Data Penelitian Variabel Fintech Payment (X1)

No	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total
1	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	41
2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
6	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
7	1	4	2	2	2	3	3	4	3	3	27
8	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	37
9	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	44
10	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	41
11	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	44
12	2	4	3	4	3	3	3	4	5	5	36
13	5	5	4	5	3	5	3	5	4	4	43
14	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	35
15	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
18	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	45
19	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5	42
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
21	1	5	5	3	3	5	5	3	5	5	40
22	1	3	3	5	2	4	5	2	5	4	34
23	2	4	4	3	3	3	4	4	3	2	32
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	35
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
30	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	45
31	4	4	5	2	4	5	5	3	4	3	39
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	33
36	2	4	1	1	3	5	5	5	5	5	36
37	2	2	2	3	3	2	5	3	5	5	32
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
39	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	45
40	3	3	3	3	2	3	3	4	5	5	34
41	2	5	2	1	1	4	4	4	4	5	32

42	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
43	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
44	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	44
45	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
46	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	43
47	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
48	2	2	2	2	3	4	4	2	4	5	30
49	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	44
50	2	2	1	1	2	1	2	4	1	2	18
51	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	17
52	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
53	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
54	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	45
55	2	4	5	4	4	5	2	3	5	5	39
56	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
57	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	45
58	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	16
59	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	45
60	2	4	3	2	4	4	3	5	4	5	36
61	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
62	1	4	3	4	5	4	2	2	4	4	33
63	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
65	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	44
66	2	2	1	2	1	2	2	1	3	2	18
67	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
68	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
69	3	4	3	3	3	4	5	4	4	4	37
70	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
71	3	5	3	2	4	4	4	3	5	5	38
72	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	41
73	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	42
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	1	3	3	3	3	5	3	5	5	5	36
78	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	43
79	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
81	3	5	3	3	2	5	5	5	5	3	39
82	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	43
83	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47

Data Penelitian Variabel Literasi Keuangan (X2)

No	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total
1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
6	5	5	4	5	3	3	4	3	2	4	38
7	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	39
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	46
10	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	38
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	4	5	4	5	5	3	4	5	4	3	42
13	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	46
14	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
15	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
21	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	45
22	3	5	2	3	3	5	5	5	5	5	41
23	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	27
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
30	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
31	5	4	3	3	4	4	3	5	4	5	40
32	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	41
38	3	3	3	3	3	4	5	3	5	5	37

39	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
40	5	5	5	1	3	3	3	3	4	5	37
41	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
42	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
44	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	45
45	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
46	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	45
47	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	40
48	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
49	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	44
50	4	4	5	5	2	1	2	4	1	4	32
51	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	17
52	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
53	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
54	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	44
55	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
56	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
57	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
58	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	13
59	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	45
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
61	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
62	5	4	4	4	3	2	4	4	4	5	39
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	45
65	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
66	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	15
67	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
68	4	4	3	5	4	4	5	5	4	5	43
69	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
71	5	5	5	5	4	2	3	4	2	4	39
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
73	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

80	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
81	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	46
82	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	43
83	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46

Data Penelitian Variabel Perilaku Konsumen (Y)

No	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Total
1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	47
6	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	40
7	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	42
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	35
13	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	43
14	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
15	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	2	4	5	3	3	4	4	40
20	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	41
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
22	3	3	5	4	3	3	3	4	4	5	37
23	3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	39
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	37
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
30	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
31	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	39
32	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48

33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
35	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	46
36	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
37	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
38	5	5	4	2	4	2	2	3	3	3	33
39	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
40	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5	42
41	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
42	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	41
43	5	4	4	4	4	4	3	3	2	3	36
44	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
47	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	45
48	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	39
49	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	42
50	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45
51	1	1	2	1	1	2	1	2	1	3	15
52	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	44
53	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	46
54	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
55	5	5	5	5	4	3	5	3	4	5	44
56	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
57	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	44
58	2	1	1	2	1	1	1	1	3	2	15
59	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
61	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	44
62	5	4	4	2	4	4	4	3	4	4	38
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	45
65	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	45
66	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	14
67	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
68	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
69	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	45
70	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
71	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	46
72	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	36
73	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	46

74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	3	4	4	5	3	3	3	40
76	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48
79	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
80	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	36
81	5	5	1	5	1	1	5	2	5	5	35
82	5	4	5	4	4	4	4	3	3	5	41
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

1. Fintech Payment

		Correlations										TotalS M M
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	
Q1	Pearson Correlation	1.00	0.52	0.49	0.56	0.47	0.53	0.54	0.51	0.49	0.55	0.698
	Sig. (2- tailed)	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q2	Pearson Correlation	0.52	1.00	0.55	0.51	0.49	0.53	0.58	0.50	0.53	0.58	0.704
	Sig. (2- tailed)	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q3	Pearson Correlation	0.49	0.55	1.00	0.53	0.54	0.51	0.54	0.53	0.56	0.57	0.682
	Sig. (2- tailed)	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q4	Pearson Correlation	0.56	0.51	0.53	1.00	0.51	0.57	0.56	0.55	0.59	0.60	0.709
	Sig. (2- tailed)	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q5	Pearson Correlation	0.47	0.49	0.54	0.51	1.00	0.52	0.51	0.53	0.52	0.54	0.675
	Sig. (2- tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q6	Pearson Correlation	0.53	0.53	0.51	0.57	0.52	1.00	0.69	0.54	0.62	0.66	0.688
	Sig. (2- tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.00	0.002
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q7	Pearson Correlation	0.54	0.58	0.54	0.56	0.51	0.69	1.00	0.56	0.60	0.67	0.721
	Sig. (2- tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.00	0.001
	N	3	2	4	3	5	3		6	4	3	
Q8	Pearson	0.51	0.50	0.53	0.55	0.53	0.54	0.56	1.00	0.53	0.58	0.667
	Correlation	0	1	8	5	0	4	2	0	8	8	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.00	0.002
	N	4	5	4	3	4	5	6		9	5	
Q9	Pearson	0.49	0.53	0.56	0.59	0.52	0.62	0.60	0.53	1.00	0.67	0.704
	Correlation	4	7	0	8	0	2	2	8	0	7	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.00	0.001
	N	6	3	3	2	4	7	4	9		3	
Q10	Pearson	0.55	0.58	0.57	0.60	0.54	0.66	0.67	0.58	0.67	1.00	0.746
	Correlation	2	4	3	1	6	3	2	8	7	0	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—	0.000
	N	3	2	2	1	3	4	3	5	3		
TotalS	Pearson	0.69	0.70	0.68	0.70	0.67	0.68	0.72	0.66	0.70	0.74	1.000
	Correlation	8	4	2	9	5	8	1	7	4	6	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
MM	Pearson	0.69	0.70	0.68	0.70	0.67	0.68	0.72	0.66	0.70	0.74	1.000
	Correlation	8	4	2	9	5	8	1	7	4	6	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	—
	N	1	1	1	1	1	2	1	2	1	0	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

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

2. Literasi Keuangan

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TotalS M M
Q1	Pearson Correlation	1.00 0	0.50 2	0.48 5	0.49 8	0.51 2	0.53 7	0.54 8	0.52 3	0.51 6	0.53 1	0.703
	Sig. (2- tailed)	—	0.00 4	0.00 6	0.00 5	0.00 4	0.00 3	0.00 3	0.00 4	0.00 4	0.00 3	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q2	Pearson Correlation	0.50 2	1.00 0	0.51 9	0.53 4	0.51 1	0.50 9	0.53 8	0.52 0	0.54 4	0.56 0	0.717
	Sig. (2- tailed)	0.00 4	—	0.00 4	0.00 3	0.00 4	0.00 4	0.00 3	0.00 4	0.00 3	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q3	Pearson Correlation	0.48 5	0.51 9	1.00 0	0.52 2	0.49 6	0.53 3	0.55 8	0.53 0	0.54 2	0.56 4	0.698
	Sig. (2- tailed)	0.00 6	0.00 4	—	0.00 4	0.00 5	0.00 4	0.00 3	0.00 4	0.00 3	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q4	Pearson Correlation	0.49 8	0.53 4	0.52 2	1.00 0	0.52 8	0.54 0	0.56 5	0.54 6	0.57 8	0.58 1	0.711
	Sig. (2- tailed)	0.00 5	0.00 3	0.00 4	—	0.00 3	0.00 3	0.00 2	0.00 3	0.00 2	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q5	Pearson Correlation	0.51 2	0.51 1	0.49 6	0.52 8	1.00 0	0.52 5	0.54 9	0.53 2	0.52 0	0.55 3	0.694
	Sig. (2- tailed)	0.00 4	0.00 4	0.00 5	0.00 3	—	0.00 4	0.00 3	0.00 4	0.00 4	0.00 3	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q6	Pearson Correlation	0.53 7	0.50 9	0.53 3	0.54 0	0.52 5	1.00 0	0.59 4	0.54 0	0.60 1	0.60 8	0.728
	Sig. (2- tailed)	0.00 3	0.00 4	0.00 4	0.00 3	0.00 4	—	0.00 2	0.00 3	0.00 2	0.00 1	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q7	Pearson Correlation	0.54 8	0.53 8	0.55 8	0.56 5	0.54 9	0.59 4	1.00 0	0.56 2	0.61 1	0.63 0	0.742
	Sig. (2- tailed)	0.00 3	0.00 3	0.00 3	0.00 2	0.00 3	0.00 2	—	0.00 3	0.00 2	0.00 1	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

Q8	Pearson Correlation	0.523	0.520	0.530	0.546	0.532	0.540	0.562	1.000	0.559	0.579	0.704
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.004	0.004	0.003	0.004	0.003	0.003	—	0.003	0.002	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q9	Pearson Correlation	0.516	0.544	0.542	0.578	0.520	0.601	0.611	0.559	1.000	0.656	0.722
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.003	0.003	0.002	0.004	0.002	0.002	0.003	—	0.001	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q10	Pearson Correlation	0.531	0.560	0.564	0.581	0.553	0.608	0.630	0.579	0.656	1.000	0.735
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.002	0.002	0.002	0.003	0.001	0.001	0.002	0.001	—	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Totals M M	Pearson Correlation	0.703	0.717	0.698	0.711	0.694	0.728	0.742	0.704	0.722	0.735	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	—
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

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

3. Perilaku Konsumen

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	TotalS M M
Q1	Pearson Correlation	1.00 0	0.51 2	0.49 8	0.53 0	0.54 3	0.52 6	0.53 4	0.53 8	0.51 9	0.52 5	0.682
	Sig. (2- tailed)	—	0.00 4	0.00 5	0.00 3	0.00 2	0.00 4	0.00 3	0.00 3	0.00 5	0.00 4	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q2	Pearson Correlation	0.51 2	1.00 0	0.52 1	0.53 8	0.55 0	0.54 2	0.53 6	0.55 4	0.54 9	0.56 2	0.698
	Sig. (2- tailed)	0.00 4	—	0.00 4	0.00 3	0.00 2	0.00 3	0.00 3	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q3	Pearson Correlation	0.49 8	0.52 1	1.00 0	0.52 5	0.53 1	0.54 7	0.53 8	0.53 6	0.52 9	0.53 3	0.687
	Sig. (2- tailed)	0.00 5	0.00 4	—	0.00 4	0.00 3	0.00 2	0.00 3	0.00 3	0.00 4	0.00 4	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q4	Pearson Correlation	0.53 0	0.53 8	0.52 5	1.00 0	0.54 0	0.56 0	0.54 4	0.55 2	0.55 0	0.56 6	0.702
	Sig. (2- tailed)	0.00 3	0.00 3	0.00 4	—	0.00 3	0.00 2	0.00 3	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q5	Pearson Correlation	0.54 3	0.55 0	0.53 1	0.54 0	1.00 0	0.56 8	0.56 0	0.55 2	0.54 8	0.57 0	0.711
	Sig. (2- tailed)	0.00 2	0.00 2	0.00 3	0.00 3	—	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q6	Pearson Correlation	0.52 6	0.54 2	0.54 7	0.56 0	0.56 8	1.00 0	0.58 0	0.56 6	0.56 4	0.57 7	0.725
	Sig. (2- tailed)	0.00 4	0.00 3	0.00 2	0.00 2	0.00 2	—	0.00 1	0.00 2	0.00 2	0.00 2	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q7	Pearson Correlation	0.53 4	0.53 6	0.53 8	0.54 4	0.56 0	0.58 0	1.00 0	0.57 0	0.57 3	0.58 8	0.734
	Sig. (2- tailed)	0.00 3	0.00 3	0.00 3	0.00 3	0.00 2	0.00 1	—	0.00 2	0.00 2	0.00 1	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

Q8	Pearson Correlation	0.538	0.554	0.536	0.552	0.552	0.566	0.570	1.000	0.565	0.579	0.728
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.002	0.003	0.002	0.002	0.002	0.002	—	0.002	0.002	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q9	Pearson Correlation	0.519	0.549	0.529	0.550	0.548	0.564	0.573	0.565	1.000	0.576	0.719
	Sig. (2-tailed)	0.005	0.002	0.004	0.002	0.002	0.002	0.002	0.002	—	0.002	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
Q10	Pearson Correlation	0.525	0.562	0.533	0.566	0.570	0.577	0.588	0.579	0.576	1.000	0.739
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.002	0.004	0.002	0.002	0.002	0.001	0.002	0.002	—	0.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
TotalS M M	Pearson Correlation	0.682	0.698	0.687	0.702	0.711	0.725	0.734	0.728	0.719	0.739	1.000
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	0.001	—
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

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

Lampiran 5. Hasil Uji Reabilitas

1. Fintech Payment

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	10

2. Literasi Keuangan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

3. Perilaku Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	83	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	83	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	10

Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	40	44.1%	44.1%	44.1%
	Perempuan	43	55.9%	55.9%	100.0%
	Total	102	100.0%	100.0%	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<19tahun	1	1.2%	1.2%	1.2%
	19–22 tahun	64	77.1%	77.1%	78.3%
	23–25 tahun	13	15.7%	15.7%	94.0%
	> 25 tahun	5	6.0%	6.0%	100.0%
	Total	83	100.0%	100.0%	

Pengeluaran Bulanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	5	6.0%	6.0%	6.0%
	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	12	14.5%	14.5%	20.5%
	Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000	13	14.5%	14.5%	36.2%
	> Rp 1.500.000	53	63.8%	63.8%	100.0%
	Total	83	100.0%	100.0%	100.0%

Kategorisasi Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Fintech Payment	83	2.80	4.80	3.86	.485
Literasi Keuangan	83	3.00	4.90	4.02	.456
Perilaku	83	3.10	5.00	4.18	.472

Konsumen					
Valid N (listwise)	83	3.00	4.90	4.11	.498

Fintech Payment

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	7.8%	7.8%	7.8%
	Sedang	23	29.4%	29.4%	37.3%
	Tinggi	50	62.7%	62.7%	100.0%
	Total	83	100.0%	100.0%	

Literasi Keuangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	10	11.8%	11.8%	11.8%
	Sedang	28	34.3%	34.3%	46.1%
	Tinggi	45	53.9%	53.9%	100.0%
	Total	83	100.0%	100.0%	

Perilaku Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	7	8.8%	8.8%	8.8%
	Sedang	24	29.4%	29.4%	38.2%
	Tinggi	52	61.8%	61.8%	100.0%
	Total	83	100.0%	100.0%	

Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		83	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.865	
Most Extreme Differences	Absolute		
	Positive	.058	
	Negative	-.064	
Test Statistic		.064	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200*	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.207	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.189
		Upper Bound	.221

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000

Lampiran 8. Hasil Uji Linearitas

Fintech Payment *Perilaku Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BI * SMM	Between Groups	(Combined)	11.273	4	2.818	6.032	.000
		Linearity	9.857	1	9.857	21.085	.000
		Deviation from Linearity	1.416	3	.472	1.010	.391
	Within Groups		45.257	97	.467		
	Total		56.530	101			

Literasi Keuangan * Perilaku Konsumen

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
BI * SMM	Between Groups	(Combined)	12.984	4	3.246	7.512	.000
		Linearity	11.203	1	11.203	25.932	.000
		Deviation from Linearity	1.781	3	.594	1.375	.254
	Within Groups		41.812	97	.431		
	Total		54.796	101			

Lampiran 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fintect Payment, Literasi Keuangan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.602	1.611

a. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	561.968	3	187.323	72.205	.000
	Residual	361.494	139	2.600		
	Total	923.462	142			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.673	2.332		-.718	.474		
	Fintect Payment	.269	.096	.265	2.796	.006	.006	1.524
	Literasi Keuangan	.222	.085	.239	2.627	.011	.694	1.440

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

Lampiran 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fintect Payment, Literasi Keuangan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: abs_RES

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.327	.107	.079	1.472

a. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.812	3	8.937	4.128	.008 ^b
	Residual	223.588	99	2.259		
	Total	250.400	102			

a. Dependent Variable: abs_RES

b. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.732	.485		1.509	.134		
	Harga	.081	.062	.125	1.136	.195	.662	1.511
	Promosi	-.053	.058	-.087	-.914	.363	.689	1.452
	Kualitas Produk	.097	.056	.167	1.732	.087	.617	1.621

a. Dependent Variable: abs_RES

Lampiran 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fintect Payment, Literasi Keuangan ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.602	1.611

a. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.827	3	247.276	95.086	<,001 ^b
	Residual	476.004	99	2.602		
	Total	1217.831	102			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.591		3.170	.002
	Fintect Payment	.215	.076	.226	2.835	<,001
	Perilaku Konsumen	.190	.073	.209	2.598	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.874	.591		3.170	.002
	Fintect Payment	.215	.076	.226	2.835	<,001
	Literasi Keuangan	.190	.073	.209	2.598	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.827	3	247.276	95.086	<,001 ^b
	Residual	476.004	99	2.602		
	Total	1217.831	102			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumen

b. Predictors: (Constant), Fintect Payment, Literasi Keuangan