

Pengaruh *Financial Technology (Fintech) Payment* dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Nenden Susilowati, Vedhita Alnandhifah, Shafa Fitriana, Paula Winda Mahardika, & Bachtiar Bayu Saputra

Universitas Negeri Yogyakarta

nendensusilowati187@uny.ac.id

vedhitaalnandhifah.2023@student.uny.ac.id

shafafitriana.2023@student.uny.ac.id

paulawinda.2023@student.uny.ac.id

bachtiarbayu.2023@student.uny.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Financial Technology (Fintech) payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional untuk mengetahui hubungan variabel secara parsial maupun simultan. Sampel dipilih secara *purposive sampling* dengan responden sebanyak 114 mahasiswa. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *fintech payment* maupun literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kepraktisan penggunaan *fintech* dalam transaksi pembayaran memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Sementara itu, literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif dengan membentuk kecenderungan mahasiswa dalam mengatur pola konsumsi. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa penguatan literasi keuangan dan pemahaman penggunaan *fintech* diperlukan supaya perilaku konsumtif mahasiswa dapat terkendali. Temuan ini juga dapat menjadi acuan bagi perguruan tinggi, penyedia *fintech* dan pemangku kebijakan dalam merancang program yang relevan.

Kata kunci: *Financial Technology*, Literasi Keuangan, Pembayaran Digital, Perilaku Konsumtif

The Influence of Financial Technology (Fintech) Payment and Financial Literacy on Students' Consumer Behavior

Abstract: This research aims to analyze the influence of *Financial Technology (Fintech) payments* and financial literacy on students' consumer behavior. The research was conducted using a quantitative approach with a correlational method to determine the relationship both partially and simultaneously. The sample was selected using purposive sampling with 114 respondents. The data collection instrument is a questionnaire. The research findings indicate that both *fintech payment* and financial literacy have an influence on students' consumer behavior. *Fintech payment* practicality affects student consumption behavior. Furthermore, financial literacy plays a role in consumptive behavior by shaping students' preferences in consumption patterns. The implications of this research indicate that strengthening financial literacy and understanding the use of *fintech* are necessary to control students' consumptive behavior. These findings can also serve as a reference for universities, *fintech* providers, and policymakers in designing relevant programs.

Keywords: *Financial Technology*, *Financial Literacy*, *Digital Payments*, *Consumer Behavior*

PENDAHULUAN

Perkembangan *Financial technology* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kehadiran *fintech* tidak sekedar memudahkan proses transaksi, tetapi juga telah terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari masyarakat. Mulai dari pembayaran kebutuhan rutin, belanja daring, hingga layanan pinjaman *peer-to-peer* kini dapat diakses dengan mudah melalui perangkat ponsel pintar. Kondisi ini mencerminkan bahwa *fintech* telah menjadi bagian penting dalam pola hidup masyarakat modern, termasuk kalangan mahasiswa (Bere et al., 2022). Meski demikian, perkembangan *fintech* juga menuntut adanya pemahaman yang

baik terkait literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan keterampilan dasar yang sangat penting agar individu mampu mengelola sumber daya finansial secara bijak. Dengan tingkat literasi keuangan yang memadai, seseorang dapat merencanakan pengeluaran, menyisihkan dana untuk tabungan, dan dapat mengantisipasi potensi masalah keuangan di kemudian hari (Juwono et al., 2024). Tetapi, hasil penelitian menunjukkan bahwa sekitar 40% mahasiswa masih memiliki tingkat literasi keuangan yang kurang (Diviariesty & Dewinta, 2025). Kondisi ini sejalan dengan temuan Survei Nasional dan Inklusi Keuangan (SLNK) tahun 2024 yang mencatat indeks literasi keuangan di Indonesia sebesar 65,43% (Otoritas Jasa Keuangan, 2024b). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan secara umum masih perlu ditingkatkan.

Fenomena tersebut semakin diperkuat dengan hadirnya berbagai platform belanja daring yang menawarkan beragam promo, potongan harga, serta kemudahan dalam penggunaan layanan pembayaran digital. Salah satu bentuk kemudahan yang marak digunakan kalangan muda adalah layanan *buy now, pay later* (BNPL) atau beli sekarang, bayar nanti. Menurut laporan Katadata Insight Center dan Kredivo tahun 2024, tercatat sebanyak 11,7 juta pengguna layanan BNPL. Dari total tersebut, sebanyak 26,5% pengguna berada pada rentang usia 18-25 tahun, yang umumnya merupakan kelompok usia mahasiswa (Tempo, 2024). Selaras dengan itu, OJK melaporkan bahwa penggunaan layanan BNPL perbankan meningkat 29,72% secara tahunan (ANTARA, 2025). Kondisi ini sering kali membuat mahasiswa lebih tergoda untuk mengalokasikan pengeluaran mereka pada kebutuhan gaya hidup dibandingkan kebutuhan prioritas. Dinamika pasar semacam ini berpotensi memengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif pada generasi muda, khususnya di kalangan mahasiswa (Jumani, 2021).

Fenomena tersebut sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang juga membahas adanya peningkatan penggunaan *fintech payment* karena kemudahan akses (Yoviani & Nurdiansyah, 2022). Tetapi, sebagian besar studi hanya menggambarkan pola penggunaan, bukan dampaknya terhadap perilaku konsumtif. Temuan mengenai pengaruh literasi keuangan juga masih belum konsisten, seperti hasil yang ditunjukkan oleh Aprilian & Anggita (2025) yang menemukan adanya pengaruh signifikan. Sementara studi lain menunjukkan hasil sebaliknya (Wulandari et al., 2025). Selain itu, meskipun penelitian tentang *fintech payment* dan literasi keuangan sudah cukup banyak, pembahasan keduanya dalam satu analisis perilaku konsumtif masih belum banyak dikaji pada konteks tertentu. Variasi pada sampel, metode, dan indikator pada penelitian sebelumnya juga menunjukkan adanya ruang untuk kajian lanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh *fintech payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan dari analisis penelitian ditujukan untuk dapat berkontribusi, tidak hanya dalam pengembangan kajian ilmiah di bidang keuangan dan perilaku konsumen, tetapi juga sebagai masukan praktis agar mahasiswa mampu memanfaatkan layanan *fintech* secara lebih bijak serta meningkatkan kecerdasan dalam mengelola keuangan pribadi.

Menurut Safaie et al. (2025) *Fintech payment* merupakan sebuah aplikasi teknologi dalam layanan pembayaran yang dirancang untuk meningkatkan kecepatan, menurunkan biaya, serta meningkatkan kualitas layanan keuangan. *Fintech payment* tidak hanya sekedar mempermudah transaksi tetapi juga solusi inovatif dalam efisiensi operasional. Sementara itu, Hamdan et al. (2022) mendefinisikan *Fintech payment* sebagai salah satu jenis *financial technology* yang memanfaatkan penerapan teknologi digital untuk memfasilitasi transaksi keuangan secara elektronik antara penjual dan pembeli guna meningkatkan produktivitas dan mengefektifkan biaya. Produk dan layanan *fintech* terdiri dari *E-Wallet*, NFC (*Near Field Communications*) dan *QR Code payment*.

Fintech Payment merupakan salah satu model bisnis utama dalam *financial technology* yang berfokus pada sistem pembayaran digital. Menurut Bas (2024) *fintech* merupakan integrasi teknologi

dengan sektor keuangan yang bertujuan meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, serta keamanan layanan yang memanfaatkan teknologi seperti blockchain, *artificial intelligence*, dan big data. Dalam kerangka bisnis *fintech* hadir berdampingan dengan layanan *fintech* lainnya seperti *fintech lending*, *insurance*, *crowdfunding*, dan *wealth management* yang hadir dengan layanan lebih cepat, terjangkau dan personal. Implementasi *Fintech Payment* mencakup dompet digital, P2P *mobile payment*, pembayaran valas dll. Beberapa contoh aplikasi *fintech payment* yang terkenal diantaranya adalah Samsung Pay, Apple Pay dan Google Wallet. Berdasarkan teori yang dipaparkan, beberapa indikator yang dapat digunakan dalam mengukur penggunaan *fintech payment* diantaranya adalah adanya: (1) Kecepatan dan kemudahan akses; (2) Efisiensi biaya dan; (3) Inovasi teknologi dalam pembayaran.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024a), literasi keuangan merujuk pada suatu pengetahuan, keterampilan, dan tindakan yang mendorong seseorang untuk dapat memperbaiki kualitas pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Dalam buku Literasi Keuangan karya Arianti (2021) literasi keuangan merupakan kecakapan yang perlu dimiliki oleh tiap orang untuk dapat mengatur finansial secara tepat ketika dihadapkan pada berbagai pilihan atau *trade off* di mana dalam situasi tertentu seseorang harus mengorbankan sesuatu untuk mendapatkan hal lainnya. Terdapat 3 teori literasi keuangan, yang pertama Adalah *Theory of Planned Behavior* (TBP). Teori tersebut menyatakan bahwa di samping sikap pada suatu tindakan serta norma subjektif, individu juga memperhatikan kendali terhadap tindakan itu. Tindakan yang dipahami adalah kemampuan individu untuk melaksanakan perbuatan tersebut. Teori tersebut mengungkapkan bahwa keinginan berperilaku dapat memicu tindakan tertentu yang diperlihatkan oleh seseorang. Menurut Ajzen, *Theory of Planned Behavior* menekankan dua alasan yang bisa mempengaruhi tindakan seseorang yaitu *behavioral belief* dan *normative belief*. *Behavioral belief* berfokus pada sikap, sedangkan *normative belief* menekankan pada norma. Kedua, terdapat *Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu salah satu teori rujukan dalam literasi keuangan yang menekankan bahwa sikap memiliki pengaruh besar terhadap pengambilan keputusan. TRA menegaskan bahwa sikap, keyakinan/niat, kehendak, dan berperilaku memiliki pengaruh pada proses pengambilan keputusan. Kemudian yang ketiga adalah *Theory Prospect* yang dikemukakan oleh Kahneman & Tversky mengenai bagaimana investor atau individu membuat keputusan di bawah kondisi risiko tertentu atau memilih antara dua pilihan risiko dalam ketidakpastian dengan mempertimbangkan kecenderungan perilaku manusia yang tidak selalu konsisten atau rasional. Dari beberapa teori tersebut, literasi keuangan memiliki tiga indikator yaitu 1) Keterampilan fundamental dalam mengatur finansial (*money basic*) 2) Kesiapan menabung dan membuat perencanaan 1) Pemahaman terhadap produk-produk keuangan dan investasi.

Dalam buku *E-Commerce* dan Perilaku Konsumtif karya Fatmawatie (2022) menyampaikan bahwa perilaku konsumtif merujuk pada perilaku yang memprioritaskan gaya hidup serta kepuasan dibanding dengan kebutuhan yang diperlukan. Menurut Fransisca & Erdiansyah (2020), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu membeli barang atas dasar keinginan dan pertimbangan yang kurang rasional, sehingga berujung pada pembelian berlebihan demi memperoleh kepuasan maksimal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan membeli yang lebih didorong oleh keinginan emosional dari pada kebutuhan rasional. Dalam penelitian ini menggunakan 3 indikator perilaku konsumtif yaitu: 1) Pengeluaran berlebihan (*wasteful buying*), 2) Pembelian spontanitas (*impulsive buying*), serta 3) Aktivitas membeli demi kesenangan (*non-rational buying*).

METODE

Penelitian dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni penelitian yang berdasar pada filsafat positivisme dan terukur dengan angka-angka statistik (Sugiyono, 2013). Metode yang digunakan adalah survei angket. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa/i Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2023. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *proportional random sampling*, sehingga diperoleh total 114 responden sebagai perwakilan populasi. Penelitian ini menggunakan instrumen berupa angket dengan skala likert yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah *fintech payment* dan literasi keuangan, kemudian variabel terikat (dependen) adalah perilaku konsumtif. Penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni: (1) persiapan penelitian; (2) pengumpulan data; (3) pemeriksaan data; dan (4) pengolahan data untuk analisis lebih lanjut.

Penelitian memanfaatkan data primer, di mana didapatkan melalui distribusi kuesioner. Data yang terkumpul dalam bentuk kuantitatif, yaitu dari skor hasil pengisian kuesioner yang disusun dengan skala likert. Dimana setiap pernyataan dalam ketiga variabel diberikan lima alternatif skala penelitian yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS) (Setiawan, 2022). Selain menggunakan metode pengumpulan data melalui menyebarkan kuesioner, penelitian ini juga menelaah berbagai literatur dari jurnal, artikel, literatur perkuliahan, serta penelitian sebelumnya yang sesuai dengan tema penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara statistik untuk menganalisis keterpengaruhannya antar variabel, baik simultan (bersama-sama) dan parsial (terpisah). Dalam tahap ini, digunakan serangkaian pengujian sebagai berikut.

Uji Validitas

Validitas menurut Zayrin et al. (2025) menggambarkan tingkat ketepatan instrumen dalam menilai aspek yang sedang diukur. Validitas menggambarkan sejauh mana hasil pengukuran yang diperoleh sesuai dengan tujuan pengukuran. Instrumen yang memiliki validitas baik mampu mempresentasikan kondisi nyata dari variabel penelitian.

Uji Reliabilitas

Pengujian ini merupakan prosedur yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh alat pengukur dapat dipercaya (Amanda et al., 2019). Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan hasil pengukuran yang konsisten walaupun dilakukan pengujian berulang dengan instrumen dan gejala yang sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas data dilakukan melalui uji *Cronbach Alpha*. Jika koefisien melebihi 0,60 maka dapat dikatakan kuesioner yang disusun konsisten atau reliabel (Forester et al., 2024).

Uji Normalitas

Uji normalitas tergolong pada prosedur statistik yang berfungsi menilai distribusi sekumpulan data, apakah data tersebut mengikuti distribusi yang mendekati distribusi normal. Hal tersebut penting dikarenakan banyak metode statistik parametrik mensyaratkan asumsi normalitas agar estimasi dan uji hipotesis menjadi valid serta dapat diandalkan (N. P. Wulandari & Junaidi, 2024). Salah satu alat yang kerap dipakai untuk mengevaluasi normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*, teknik ini banyak diaplikasikan dalam penelitian bidang pendidikan dan ilmu perilaku. Dalam praktiknya, data dianggap memenuhi asumsi normal jika signifikansi yang diperoleh $> 0,05$; sebaliknya, nilai signifikansi di bawah ambang tersebut mengindikasikan penyimpangan dari

normalitas. Selain itu, temuan penelitian terbaru menunjukkan efektivitas uji *Kolmogorov-Smirnov* misalnya, Rahmawati et al. (2025) menjelaskan bahwa uji ini dapat memberikan tingkat kesalahan yang lebih kecil dibandingkan beberapa alternatif nonparametrik seperti uji *Mann-Whitney*. Berlandaskan pertimbangan tersebut, penerapan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini dipandang relevan untuk memastikan kelayakan dan konsistensi data sebelum melanjutkan analisis statistik lebih lanjut.

Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen. Lineritas umumnya dijadikan persyaratan analisis data apabila penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda ataupun sederhana, konsep linearitas berlaku jika variabel bebas dapat digunakan untuk memprediksi variabel tak bebas dalam konteks tertentu. Plot bivariat, tes linearitas, dan estimasi kurva atau analisis residual merupakan beberapa cara yang digunakan untuk memverifikasi hubungan linear (Widana & Muliani, 2020).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan salah satu prosedur statistik yang digunakan guna menganalisis terdapatnya korelasi antara variabel bebas/independen yang terlalu tinggi dalam analisis regresi (Syabrinildi, 2024). Kondisi ini perlu diwaspadai karena dapat menimbulkan distorsi dalam hasil analisis, sehingga kontribusi masing-masing variabel menjadi sulit dibedakan. Melalui pengujian ini, peneliti dapat memastikan bahwa masing-masing variabel independen yang terdapat pada model benar-benar berdiri sendiri dan tidak saling tumpang tindih. Dengan demikian, hasil analisis regresi yang diperoleh lebih dapat dipercaya serta lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang berfungsi guna mendekripsi perbedaan varian residual pada semua variabel dalam model regresi. (Basuki & Prawoto, 2019). Selain itu, pengujian ini bertujuan untuk mendekripsi kemungkinan terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik, di mana salah satu asumsi tersebut menyatakan bahwa tidak boleh terjadi heteroskedastisitas, artinya varian *error* harus tetap konstan.

Uji T

Uji t (parsial) berfungsi untuk menilai pengaruh setiap masing-masing variabel bebas/independen dengan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi kontribusi setiap variabel independen/bebas secara sendiri-sendiri, dengan anggapan variabel lain diasumsikan tetap. Dalam arti lain, uji t berfungsi untuk mengetahui pengaruh parsial setiap variabel independent/bebas dengan variabel dependen dalam penelitian (Rosario et al., 2025).

Uji F

Tujuan utama dari uji f adalah menganalisis korelasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Pengujian ini penting diterapkan karena dapat menunjukkan validitas model secara keseluruhan. Apabila signifikansi yang dihasilkan lebih kecil dari ($<$) 0,05, maka pengaruh simultan dapat dinyatakan signifikan. Sehingga, disimpulkan bahwa model yang digunakan dapat menjelaskan hubungan antarvariabel dengan baik (Prasmoro et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Analisis dilakukan dengan memanfaatkan ukuran KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) dan *Barlett's Test* sebagai alat untuk menguji kecukupan sampel. Proses uji ini dimaksudkan untuk melihat kelayakan data guna analisis lebih lanjut. Kriteria yang digunakan adalah nilai $KMO > 0,5$ dan nilai signifikansi $Bartlett < 0,05$.

Tabel 1. Output Uji KMO & Bartlett
Fintech Payment (X1)

Uji Statistik	Nilai
KMO	.766
Chi-Square	460.258
df	36
Sig.	.000

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Tabel 2. Output Uji KMO & Bartlett
Literasi Keuangan (X2)

Uji Statistik	Nilai
KMO	.684
Chi-Square	272.884
df	36
Sig.	.000

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Tabel 3. Output Uji KMO & Bartlett
Perilaku Konsumtif (Y)

Uji Statistik	Nilai
KMO	.791
Chi-Square	413.611
df	36
Sig.	.000

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Berdasarkan hasil uji KMO dan *Barlett's* pada ketiga variabel, seluruh nilai KMO di atas 0,5 yakni *fintech payment* sebesar 0,766, literasi keuangan 0,684 dan perilaku konsumtif sebesar 0,791. Selain itu, signifikansi Barlett sebesar 0,000 ($<0,05$). Hal tersebut mengindikasikan bahwa setiap masing-masing variabel layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan guna menilai konsistensi alat ukur. Dalam analisis, digunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan kriteria sebagai berikut: 1) jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, instrumen dianggap reliabel/konsisten; 2) jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, instrumen dianggap tidak reliabel/tidak konsisten (Forester et al., 2024).

Tabel 4. Hasil Reliability Statistic Fintech Payment (X1)

Cronbach's Alpha	N of items
------------------	------------

0.774	0.9
-------	-----

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Tabel 5. Hasil Reliability Statistic Literasi Keuangan (X2)

Cronbach's Alpha	N of items
------------------	------------

0.714	0.9
-------	-----

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Tabel 6. Hasil Reliability Statistic Perilaku Konsumtif (Y)

Cronbach's Alpha	N of items
------------------	------------

0.777	0.9
-------	-----

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Dari hasil analisis diatas ditunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *Fintech Payment* diatas 0,60 dengan nilai 0,774. Selanjutnya pada variabel literasi keuangan juga diatas 0,60 yakni sebesar 0,714 dan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai diatas 0,60 yaitu 0,777. Maka dari itu dapat dikatakan jika indikator yang telah disusun bersifat konsisten atau reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengidentifikasi distribusi data penelitian memenuhi asumsi distribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan melalui metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* terhadap tiga variabel, yaitu *Fintech Payment*, literasi keuangan, serta perilaku konsumtif.

Tabel 7. One Sampled Kolmogorov-Smirnov test

Variabel	Asymp. Sig.
<i>Fintech Payment</i>	0,221
Literasi Keuangan	0,235
Perilaku Konsumtif	0,187

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Hasil output normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk variabel *fintech payment* sebesar 0,221, literasi keuangan sebesar 0,235, dan perilaku konsumtif sebesar 0,187. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Dengan demikian, distribusi data pada ketiga variabel dinyatakan normal. Temuan ini sejalan dengan Isnaini et al. (2025) yang menyatakan bahwa apabila nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov* melebihi 0,05, maka data dapat dianggap berdistribusi normal. Berdasarkan hasil tersebut, data penelitian ini dinilai layak untuk digunakan pada tahap analisis lanjutan, termasuk penguji an regresi.

Uji Linearitas

Tabel 8. ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Perilaku Konsumtif*	(Combined)	968.736	21	46.130	2.114	.008
<i>Fintech Payment</i>	<i>Linearity</i>	604.586	1	604.586	27.703	.000
Between Groups	Deviation From Linearity	364.151	20	18.208	.834	.667
Within Groups		1985.989	91	21.824		
Total		2954.726	112			

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh signifikansi bernilai 0,667 yang lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan korelasi antara variabel kemudahan *fintech payment* dan perilaku konsumtif bersifat linear.

Tabel 9. ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Perilaku Konsumtif*	(Combined)	1680.892	21	80.042	5.718	.000
<i>Fintech Payment</i>	<i>Linearity</i>	1356.179	1	1356.179	96.883	.000
Between Groups	Deviation From Linearity	324.713	20	16.236	1.160	.307
Within Groups		1273.834	91	13.998		
Total		2954.726	112			

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Berdasarkan uji linearitas, diperoleh signifikansi bernilai 0,307 ($> 0,05$), sehingga dapat disimpulkan korelasi antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif bersifat linear.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan guna mengetahui potensi korelasi yang terlalu kuat antar variabel independen yang berpotensi mengganggu kestabilan serta keakuratan model regresi. Menurut Effiyaldi et al. (2022), gejala multikolinearitas dianggap tinggi jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) $> 10,00$ dan nilai *Tolerance* berada $< 0,10$.

Tabel 10. Collinearity Statistic

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Fintech Payment</i>	0,649	1,540
Literasi Keuangan	0,649	1,540

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Analisis yang dilakukan memperlihatkan nilai VIF variabel *fintech payment* dan literasi keuangan sama-sama sebesar 1,540, dengan nilai *tolerance* sebesar 0,649. Nilai ini masih berada dalam batas aman, karena VIF jauh di bawah 10 dan *tolerance* lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model penelitian ini, sehingga variabel

independen tersebut masih dapat dipakai dalam tahap analisis regresi berikutnya. tanpa menimbulkan masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji statistik ini bertujuan untuk mengidentifikasi adanya ketidaksamaan varian residual pada model regresi. Sesuai asumsi klasik, varian *error* seharusnya konstan atau disebut homoskedastisitas. Suatu variabel dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas jika signifikansi lebih $> 0,05$.

Tabel 11. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	9.085	2	4.542	.751	.474 ^b
	Residual	665.430	110	6.049		
	Total	674.515	112			

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Tabel 12. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std.Error				Tolerance	VIF
1	(constant) 4.4140	1.963		2.109	.037		
	<i>Fintech Payment</i> .040	.060	.671	.671	.504	.649	1.540
	Literasi Keuangan -.075	.061	-.144	-1.224	.224	.649	1.540

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Berdasarkan uji heterogenitas, signifikansi pada output ANOVA 0,474 ($>0,05$). Sedangkan, variabel *fintech payment* memiliki signifikansi 0,504 ($>0,05$) dan literasi keuangan sebesar 0,224 ($>0,05$). Karena seluruh signifikansi $> 0,05$, dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap residual absolut. Sehingga, model regresi yang digunakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji T (Parsial)

Pengujian (t) parsial berfungsi untuk mengetahui (1) pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (2) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 13. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	604.586	1	604.58	28.555	.000 ^b
	Residual	2350.140	111	21.172		
	Total	2954.726	112			

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Berdasarkan hasil uji t yang didapatkan dari tabel ANOVA diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Sehingga variabel *fintech payment* berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 14. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	<i>Regression</i>	1356.179	1	1356.179	94.170	.000 ^b
	<i>Residual</i>	1598	111	21.172		
Total		2954.726	112			

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, yang ditunjukkan dengan signifikansi 0,000 (<0,05) pada tabel ANOVA.

Uji F (Simultan)

Tabel 16. Hasil Model Summary
Regresi Berganda

Keterangan	Nilai
R	.680
R Square	.463
Adjusted R Square	.453
Std. Error of the Estimate	3.798

Sumber: Sumber Primer Penulis (2025)

Hasil output regresi berganda yang tertera pada tabel ANOVA menunjukkan nilai F hitung = 47,422 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Hal tersebut mengindikasikan variabel independen yakni *fintech payment* dan literasi keuangan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Hasil regresi berganda pada tabel Model Summary diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,463. Angka ini menggambarkan 46,3% perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh *fintech payment* dan literasi keuangan, sedangkan sisanya yakni sebesar 53,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar cakupan model penelitian.

Dari keseluruhan hasil analisis dapat diartikan bahwa adanya *financial technology payment* melalui aplikasi seperti *e-wallet* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan adanya perubahan pola bertransaksi di kalangan mahasiswa akibat kemudahan yang diberikan *fintech*. Hal ini sejalan dengan penelitian Citra & Komara (2025) dan Sugiarto (2025) yang mengungkapkan bahwa *fintech technology* dapat meningkatkan efisiensi dalam transaksi keuangan yang pada akhirnya akan berdampak pada tingkat konsumsi. Selain itu dengan adanya fitur diskon, *cashback*, *paylater*, membuat seseorang menjadi lebih mudah berbelanja tanpa berpikir panjang mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansialnya. Dalam hal ini, literasi keuangan memiliki peranan yang penting dalam menggunakan *fintech*.

Dalam konteks literasi keuangan, hasil juga menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Oktaviani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki peranan penting dalam mengatur perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan yang baik akan cenderung membuat perencanaan keuangan yang matang dan mampu menahan dorongan konsumtif berlebihan. Perilaku konsumtif membawa dampak positif dan negatif, dampak negatif yang dihasilkan jauh lebih besar daripada dampak positifnya, yakni perilaku boros atau membeli barang yang tidak benar-benar dibutuhkan sehingga pengelolaan keuangan tidak berjalan secara efektif (Marpaung & Rahma, 2023).

Analisis hasil uji F juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara simultan antara *fintech payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan penelitian Oktary et al. (2023) dan Harefa et al. (2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan *e-wallet* (*e-payment*) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menggambarkan bahwa perkembangan *financial technology* dan tingkat literasi keuangan memiliki peran penting secara bersama-sama dalam membentuk perilaku konsumtif, sehingga keseimbangan antara kemudahan akses keuangan dan kemampuan pengelolaan keuangan menjadi faktor kunci dalam menciptakan perilaku konsumtif yang baik.

SIMPULAN

Melalui tahapan analisis dapat disimpulkan jika pemanfaatan *fintech payment* dan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Melalui uji regresi sederhana (uji t) dan uji berganda (uji f), diperoleh gambaran jika kedua variabel bebas (independen) mampu memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, literasi keuangan serta penggunaan layanan *fintech payment* mampu menjelaskan sebagian perubahan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Selainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa literasi keuangan mahasiswa berperan penting dalam menentukan cara mereka mengelola keuangan. Sementara itu, pemanfaatan *fintech payment* tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memberi kontribusi pada pola konsumsi yang lebih praktis. Kombinasi keduanya menjadi faktor yang cukup besar dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini memberikan implikasi bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari pemanfaatan *fintech payment* dan tingkat literasi keuangan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perguruan tinggi, penyedia layanan *fintech* maupun pembuat kebijakan untuk memahami dinamika konsumsi mahasiswa, sehingga pengembangan program yang berkaitan dapat disusun secara lebih tepat sasaran dengan kebutuhan pengguna.

Dalam mengurangi tingkat perilaku konsumtif, mahasiswa harus aktif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mengelola keuangan. Perguruan tinggi, pemangku kebijakan, dan industri *fintech* perlu berkolaborasi melalui edukasi, regulasi, dan penyediaan layanan yang transparan supaya tercipta pengelolaan keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan. Terlepas dari rekomendasi yang telah disampaikan, penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya menekankan *fintech payment* dan literasi keuangan, sehingga belum menggali secara mendalam faktor-faktor lain yang berpengaruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain atau menggunakan metode yang lebih beragam, seperti wawancara atau observasi, supaya hasil penelitian dapat lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji validitas dan reliabilitas tingkat partisipasi politik masyarakat kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- ANTARA. (2025). *OJK sebut utang melalui “paylater” perbankan mencapai Rp22,99 triliun*. <https://www.antaranews.com/berita/5013269/ojk-sebut-utang-melalui-paylater-perbankan-mencapai-rp2299-triliun>
- Aprilian, R. I., & Anggita, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Bangka Belitung. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 6(2).
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*.

- Bas, M. O. (2024). Product Management in Fintech. *Journal of Artificial Intelligence General Science*, 07(1).
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2019). Analisis Regresi: dalam Penelitian Ekonomi dan Bisni. *Depok: Rajagrafindo Persada*.
- Bere, A. B. M., Andriana, M., Kamila, M. R., Budiono, S., & Noerlina, N. (2022). Analisa Faktor dan Perkembangan Tren Fintech di Indonesia. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 4(3), 145–156. <https://doi.org/10.21512/becossjournal.v4i3.8584>
- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Jawa Barat. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 696–708. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1393>
- Diviariesty, K., & Dewinta, I. A. R. (2025). Urgensi Literasi Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa di tengah Ketidakpastian Ekonomi Makro. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 9(3).
- Effiyaldi, Pasaribu, J. P. K., Suratno, E., Kadar, M., Gunardi, Naibaho, R., Hati, S. K., & Aryati, V. (2022). *Penerapan Uji Multikolinieritas dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia*. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jumanage>
- Fatmawatie, N. (2022). *E commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). *Media Sosial dan Perilaku Konsumtif*. <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media>
- Hamdan, A., Harraf, A., Arora, P., Bahaaeddin, , Reem, A. , & Hamdan, K. (2022). *Studies in Computational Intelligence 1037 Future of Organizations and Work After the 4th Industrial Revolution The Role of Artificial Intelligence, Big Data, Automation, and Robotics*. <https://link.springer.com/bookseries/7092>
- Harefa, K. B., Buulolo, N. A., Zai, K. S., & Telaumbanua, A. (2025). Pengaruh E-Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nias. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 1889–1902. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2238>
- Isnaini, M., Win Afgani, M., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2).
- Jumani. (2021). *Pengaruh Marketplace Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Muda (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEI IAIN Bone)*. 4(2). <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-marketplace/>
- Juwono, A., Widjaja, A. C., & Linawati, N. (2024). Pentingnya pembentukan kebiasaan menabung sejak dini untuk mempersiapkan masa depan siswa TK. *Penamas: Journal of Community Service*, 4(1), 138–147. <https://doi.org/10.53088/penamas.v4i1.870>
- Marpaung, K., & Rahma, T. I. F. (2023). Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumerisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen. *Cakrawala*, 6, 8–23.
- Oktary, D., Inda Wardhani, F., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak, S., Artikel, R., & Kunci, K. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Indonesia Pontianak*. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024a). *Edukasi Keuangan*. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024b). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Prasmono, A. V., Iskandar, I., Bashit, A., & Agustini Srimulyani, U. (2022). *Jurnal Teslink : Teknik Sipil dan Lingkungan Analisis Pengaruh Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas*

- Kerja Karyawan dengan Metode Uji Regresi Linear Berganda di PT Hitachi Power System Indonesia.* 4(2), 86–97. <https://doi.org/10.52005/teslink.v115i1.xxx>
- Rahmawati, R., Baidowi, B., & Suntoko, I. (2025). Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Head Together Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Matematika Siswa Kelas Viii K SMPN 1 Mataram Tahun Ajaran 2023/2024. *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 7(1), 13–24. <https://doi.org/10.29303/jm.v7i1.7814>
- Rosario, K., Soegoto, A., Mandagie, Y., Theresia Maria Rosario, K., Supandi Soegoto, A., Mandagie, Y., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2025). The Effect of Product Quality and Brand Image on Buying Interest in Hanasui Face Mask Products Among GEN-Z at The Faculty of Economics and Business Sam Ratulangi University. *Jurnal EMBA*, 13.
- Safaie, N., Eslami, A., & Ghazani, M. M. (2025). Effective factors on the Fintech business models in the electronic payment: A DEMATEL-ISM-ANP approach. *Decision Science Letters*, 14(2), 515–530. <https://doi.org/10.5267/j.dsl.2024.12.004>
- Setiawan, W. B. (2022). *Korelasi Antara Proses Penilaian Prestasi Kerja dan Kepuasan Kerja Karyawan pada PT. AMMI Bogor*.
- Sugiarto, Moch. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 6(4), 7. <https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.2872>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.
- Syabrinildi. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Kemitraan Koperasi dan Usaha Mikro: Sebuah Studi Pada Sektor Pertanian. *Journal Of Social Science Research*, 4, 10822–10835.
- Tempo. (2024, December 21). *Profil Pengguna Pay Later di Indonesia*. <https://www.tempo.co/infografik/infografik/profil-pengguna-pay-later-di-indonesia-1184519>
- Widana, I. W., & Muliani, P. L. (2020). *Uji Persyaratan Analisis*.
- Wulandari, N. P., & Junaidi, J. (2024). Kesalahan mahasiswa non-matematika dalam melakukan uji normalitas. *Mandalika Mathematics and Educations Journal*, 6(1), 323–328. <https://doi.org/10.29303/jm.v6i1.7204>
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(2), 127–134. <https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031>
- Yoviani, & Nurdiawansyah. (2022). Persepsi Mahasiswa Sebagai Pengguna Fintech Payment (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 155–162. <https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/>
- Zayrin, A. A., Nupus, H., Maizia, K. K., Siska Marsela, Rully Hidayatullah, & Harmonedi, H. (2025). Analisis Instrumen Penelitian Pendidikan (Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian). *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(2), 780–789. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1070>