

PENGARUH FINTECH PAYMENT, FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE

Devy Valma Pratama¹, Serli Oktapiani²

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia
devypratama5@gmail.com

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia
serli.oktapiani@uts.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fintech Payment*, *Financial Literacy* dan *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa). Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan berjumlah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa berdasarkan rumus Paul Leedy dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* jenis *Purposive Sampling*. Pengolahan data primer menggunakan *Statistical Package for Social Science* (SPSS) dengan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini diperoleh : (1) *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (2) *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, (3) *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

Kata Kunci : *Fintech Payment; Financial Literacy; Life Style; Perilaku Konsumtif.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Fintech Payment, Financial Literacy and Life Style on Consumptive Online Shopping Behavior of Students of the Faculty of Economic and Business, Sumbawa University of Technology. The type of this quantitative research. The sample used is 100 students of the Faculty of Economics and Business, Sumbawa University of Technology is based on Paul Leedy's formula with a sampling technique using Non Probability Sampling, Purposive Sampling. Primary data processing uses Statistical Package for Social Science (SPSS) with data analysis technique used is multiple linear regression. The result of this study obtained : (1) Fintech Payment has a positive and significant effect on Consumptive Behavior, (2) Financial Literacy has a positive and significant effect on Consumptive Behavior, (3) Life Style has a positive and significant effect on Consumptive Online Shopping Behavior of Students of the Faculty of Economics and Business, Sumbawa University of Technology.

Keywords : *Fintech Payment; Financial Literacy; Life Style; Consumptive Behavior.*

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi telah memudahkan kehidupan manusia serta mampu membuat pola konsumsi masyarakat mengalami perubahan. Kehadiran internet sebagai sistem komunikasi menjadi kebutuhan sebagian kalangan masyarakat. Dengan teknologi digital, suatu negara dapat mendorong perekonomiannya kearah ekonomi digital, era ekonomi digital ditandai dengan adanya akses internet yang tidak terbatas.

Dengan adanya internet membuat orang lebih mudah untuk mencari informasi yang diinginkan seperti mencari berita baru atau mengakses layanan *streaming*. Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat pengguna internet di Indonesia telah mencapai 78,19% pada tahun 2023 atau menembus 215 juta jiwa dari total populasi.

Peningkatan pengguna internet di Indonesia juga didorong oleh beberapa hal, seperti dalam survei APJII alasan masyarakat menggunakan internet adalah : sekolah atau kerja dari rumah, mencari informasi atau berita, mengakses layanan publik, transportasi *online*, transaksi *online*, email dan konten hiburan. Di Nusa Tenggara Barat sendiri jumlah penetrasi pengguna internet, menurut hasil survei APJII sebesar 71,35% yang berarti masyarakatnya telah menggunakan internet sehingga segala jenis layanan akan sangat mudah dijangkau oleh masyarakat berbagai kalangan dan daerah tempat tinggal. Dengan adanya pertumbuhan pengguna internet yang terus meningkat maka membuat internet menjadi salah satu media yang tidak hanya digunakan untuk komunikasi, tetapi sebagai media berbelanja *online*.

Berbelanja *online* ialah proses membeli produk atau jasa melalui internet, yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung. Berbelanja *online* juga telah membawa perubahan sosial budaya di masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa atau generasi millennial. Setiap orang mempunyai pemenuhan kebutuhan yang berbeda, ada yang memenuhi dengan cara wajar serta ada yang berlebihan. Perubahan pola konsumsi masyarakat bahkan sudah mengarah pada kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Jika perilaku konsumtif terus dilakukan tanpa berpikir panjang, maka akan mengakibatkan tindakan boros. Terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumtif seseorang diantaranya : akses perbelanjaan dan pembayaran yang semakin mudah, gaya hidup dan kepribadian, literasi keuangan, usia, pekerjaan, status sosial ekonomi orang tua, tingkat pendapatan dan kelompok teman sebaya (Oskar, 2022).

Digitalisasi saat ini semakin berkembang pesat membuat kegiatan sehari-hari menjadi lebih mudah dan sederhana. *Fintech (financial technology)* merupakan produk keuangan yang hadir karena adanya perkembangan teknologi seperti internet. Kemunculan *fintech* seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang didominasi oleh pengguna teknologi informasi serta tuntutan hidup yang serba cepat. Dengan kehadiran *fintech*

permasalahan pembayaran dan jual-beli, seperti tidak sempat mencari barang ke tempat perbelanjaan, ke bank/ATM untuk mentransfer dana, tidak mau mengunjungi tempat karena kurang menyenangkan dapat diminimalkan (Bank Indonesia, 2018). Kemunculan *fintech* juga tidak lepas pula dari hal-hal negatif seperti : kemungkinan terkena serangan *hacker*, kurangnya privasi data pengguna, dan sering terjadi *error*. Adapun jenis *fintech* terbagi menjadi empat kategori utama yang dikembangkan di Indonesia, yaitu : (1) *payment, settlement and clearing*, (2) *market aggregator*, (3) *investment & risk management*, (4) *crowdfunding & peer to peer lending (P2P)*.

Tren pembayaran dengan menggunakan *fintech* akan berpotensi mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam mengelola keuangan, karena kemajuan dalam sistem informasi dan penelitian konsumen, menunjukkan bahwa mekanisme pembayaran secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dan pola konsumsi (See-To & Ngai, 2019). Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Runnemark (2015) yang menunjukkan bahwa masyarakat bersedia membayar lebih untuk produk yang jenisnya sama dengan menggunakan kartu debit daripada uang *cash*.

Semakin sering bertransaksi menggunakan alat pembayaran digital maka akan semakin besar kemungkinan untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bisa dihindari salah satunya dengan membangun literasi keuangan. Faktor yang dapat menyebabkan timbulnya perilaku boros ialah kurangnya literasi keuangan (Tenriawaru, 2018). Seseorang yang memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan maka akan menjadikan orang tersebut lebih pandai dalam mengelola keuangan dan mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang dibeli (Manik & Bukhori, 2019). Berdasarkan *framework* dari *Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD, 2016)*, “dalam mengukur literasi keuangan dapat menggunakan tiga komponen utama, yaitu pengetahuan, tingkah laku dan sikap”. Pemahaman literasi keuangan dirasa penting apalagi bagi generasi milenial yang dikenal cenderung konsumtif dan tidak memiliki manajemen keuangan yang baik.

Berdasarkan hasil survei SNLIK yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2022 kemarin, tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan nasional tahun 2022 masing-masing mencapai 49,68% dan 85,10%. Angka yang diperoleh tersebut membuktikan bahwa tingkat literasi keuangan lebih rendah dibandingkan tingkat inklusi keuangan, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia masih rendah secara tingkat literasi keuangan (OJK, 2022). Parameter indeks literasi keuangan yaitu pengetahuan,

keterampilan, keyakinan, sikap dan perilaku. Sedangkan inklusi keuangan yaitu parameter penggunaan. Literasi keuangan merupakan hal yang sangat penting untuk diterapkan pada mahasiswa, dimana mereka merupakan salah satu masyarakat yang jumlahnya cukup besar serta berperan penting bagi perubahan bangsa (*agent of change*).

Mahasiswa yang mengenyam pendidikan di perguruan tinggi, terutama di Fakultas Ekonomi tentunya memiliki kesempatan mengetahui pengetahuan keuangan yang lebih daripada mahasiswa fakultas lain. Pembelajaran di perguruan tinggi sangat berperan penting dalam proses pembentukan literasi finansial mahasiswa. Melalui berbagai metode pengajaran, media dan sumber belajar yang direncanakan dengan baik, diharapkan mampu memberikan bekal kepada mahasiswa untuk kecakapan di bidang keuangan. Manajemen atau pengelolaan keuangan menjadi penting karena sebagai tolak ukur dalam perilaku penggunaan keuangan.

Khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa yang dalam masa perkuliahannya dibekali dengan materi-materi mengenai manajemen keuangan, perencanaan keuangan dan lainnya guna memperkaya wawasan tentang keuangan maupun ekonomi yang akhirnya menambah pengetahuan atau literasi keuangan sebagai bekal dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan, agar bisa terhindar dari perilaku konsumtif. Menurut Mubarakah & Rita (2020), apabila seseorang kurang akan pengetahuan keuangan, maka seseorang tersebut akan mengalami kerugian karena berperilaku boros dan konsumtif. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan Charles, Srikartowati, Riadi (2019), menyatakan bahwa literasi keuangan/*financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain itu faktor yang dapat dengan mudahnya mempengaruhi perilaku konsumtif terhadap diri seseorang yaitu gaya hidup atau *life style*. Menurut Kotler (2016), gaya hidup merupakan karakteristik hidup seseorang yang dapat diperlihatkan pada aktivitas, minat, serta opininya yang mencerminkan diri orang tersebut ketika berinteraksi pada lingkungan. Berdasarkan penelitian terdahulu Pulungan (2018), bahwa gaya hidup/*life style* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa lebih cenderung bergaya hidup dengan cara mengikuti mode yang sedang tren atau *bomming*. Dalam bidang fashion yang sedang trend tahun 2023 seperti : *oversized outfit, crop top, wide leg pants, knit wear*, kardigan, celana kargo dan kulot. Dalam bidang makanan seperti : seblak, cireng, basreng, dimsum dan masih banyak lagi.

Dapat dikatakan mereka menyukai suatu pola hidup yang dimana aktivitasnya hanya untuk kesenangan. Seperti contohnya generasi muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, suka membeli barang hanya untuk mengikuti mode atau tidak mau tersaingi, selalu ingin menjadi pusat perhatian, serta juga didukung dengan kemudahan *fintech payment*. Gaya hidup seperti ini akan menimbulkan perilaku yang konsumtif karena membeli barang untuk keinginan bukan kebutuhannya. Seseorang yang berperilaku konsumtif biasanya memiliki gaya hidup yang tinggi atau bisa saja kurangnya pengetahuan dalam mengelola keuangan (Haryana, 2020). Berdasarkan fenomena diatas, maka penelitian ini mencoba menguji apakah *Fintech Payment*, *Financial Literasi* dan *Life Style* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.

Adapun tujuan yang diinginkan dalam penelitian ini yaitu :

1. Menguji apakah *fintech payment* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.
2. Menguji apakah *financial literacy* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.
3. Menguji apakah *life style* secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sumber data yaitu data primer, dan teknik untuk pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner yang disebar *online* dan *offline* kepada mahasiswa. Angket /kuesioner penelitian terdiri dari kuesioner *fintech payment*, *financial literacy*, *life style* dan perilaku konsumtif, serta memakai skala *likert* (1-4) sebagai skala pengukurannya.

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu :

- 1). *Fintech Payment* (X1) merupakan sistem pembayaran dengan menggunakan internet sebagai sarana perantaranya. Dapat dikatakan bahwa *fintech payment* ialah teknologi

pembayaran non-tunai yang lebih praktis dan aman, dimana dapat berperan dalam melakukan pembayaran berbagai transaksi (Rizkiyah, 2021). Indikator *fintech payment* dalam penelitian ini yaitu : (Puspita, 2019).

- a. Kenyamanan
 - b. Kemudahan akses
 - c. Manfaat
- 2). *Financial Literacy* (X2) merupakan rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan konsumen serta masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik (OJK, 2016). Indikator *financial literacy* dalam penelitian ini yaitu :
- a. Pengetahuan umum mengenai keuangan
 - b. Simpanan dan pinjaman
 - c. Asuransi
 - d. Investasi
- 3). *Life Style* (X3), gaya hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan opini yang menggambarkan secara keseluruhan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler dan Keller, 2016). Indikator *life style* dalam penelitian ini yaitu : (Kotler dan Keller dalam Vivi Enda Sari , 2019).
- a. *Activity*
 - b. *Interest*
 - c. *Opinion*
- 4). Perilaku Konsumtif (Y) merupakan kegiatan pembelian barang yang bertujuan untuk memenuhi keinginan bukan untuk mencukupi kebutuhan dan tindakan ini dilakukan berulang kali sehingga membuat berlebihan dalam menggunakan uang (Mujahidin, 2020). Indikator-indikator perilaku konsumtif yaitu : (Sumartono dan Djabar dalam Astuti, 2013).
- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
 - b. Membeli produk karena kemasannya menarik
 - c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
 - d. Membeli produk karena pertimbangan harga
 - e. Membeli produk karena hanya sekedar menjaga simbol status
 - f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan 2019 – 2022. Menurut perhitungan rumus Paul Leedy didapatkan 100 mahasiswa yang terpilih menjadi sampel penelitian ini dengan memakai teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Kriteria responden penelitian yaitu : (1) mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan 2019 sampai dengan 2022, (2) mahasiswa yang pernah melakukan pembayaran *online* selama 6 bulan terakhir lebih dari 2 kali, (3) mahasiswa yang pernah berbelanja *online* selama 6 bulan terakhir lebih dari 2 kali, (4) mahasiswa yang pernah menerima mata kuliah perencanaan keuangan dan manajemen keuangan.

Analisis data yang akan dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan dibantu pengolahan data menggunakan SPSS 25, untuk menentukan pengaruh antara variabel independen : *fintech payment*, *financial literacy*, *life style* serta variabel dependen : perilaku konsumtif berbelanja *online*. Dengan persamaan regresi :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \epsilon$$

Dimana : Y merupakan perilaku konsumtif, X_1 *fintech payment*, X_2 *financial literacy* dan X_3 itu *life style*, ϵ merupakan standar error, a sebagai konstanta, b_1 sebagai koefisien regresi *fintech payment*, b_2 sebagai koefisien regresi *financial literacy* dan b_3 sebagai koefisien regresi *life style*. Setelahnya pengujian hipotesis dilakukan secara parsial (uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	T	Sig
<i>Constanta</i>	5,992	1,410	0,162
<i>Fintech Payment</i>	0,347	2,194	0,028
<i>Financial Literacy</i>	0,274	2,586	0,011
<i>Life Style</i>	0,980	10,764	0,000

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

Nilai konstanta sebesar 5,992 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen yaitu *Fintech Payment* (X1), *Financial Literacy* (X2) dan *Life Style* (X3) dianggap konstan, maka nilai Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 5,992.

Fintech Payment (X1) sebesar 0,347 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Fintech Payment* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *financial literacy* dan *life style* diabaikan, maka variabel Perilaku Konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,347.

Financial Literacy (X2) sebesar 0,274 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Financial Literacy* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *fintech payment* dan *life style* diabaikan, maka variabel Perilaku Konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,274.

Life Style (X3) sebesar 0,980 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Life Style* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *fintech payment* dan *financial literacy* diabaikan, maka variabel Perilaku Konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,980.

Uji T Parsial

Uji ini membandingkan statistik t tabel dengan t hitung dengan nilai signifikan adalah 5% setiap variabel independen. Hipotesis akan diterima jika t hitung > t tabel.

Tabel 2. Hasil Uji t Parsial

Model	t	Sig.	Keterangan
Constant	1,410	0,162	
<i>Fintech Payment</i>	2,194	0,028	Berpengaruh
<i>Financial Literacy</i>	2,586	0,011	Berpengaruh
<i>Life Style</i>	10,764	0,000	Berpengaruh

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan pada uji t diatas diperoleh nilai t hitung variabel X1 *Fintech Payment* sebesar 2,194 > t tabel 1,984 yang artinya Ha1 diterima dan Ho1 ditolak berarti terdapat pengaruh antara *Fintech Payment* terhadap Perilaku Konsumtif dengan arah positif. Selanjutnya nilai sig. variabel X1 sebesar 0,028 < 0,05 artinya Ha1 diterima, dan Ho1 ditolak berarti antara *Fintech Payment* terhadap Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan.

Selanjutnya nilai t hitung variabel X2 *Financial Literacy* sebesar 2.586 > t tabel 1,984 yang artinya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak berarti ada pengaruh antara *Financial Literacy* terhadap

Perilaku Konsumtif dengan arah positif. Selanjutnya nilai sig. variabel X2 sebesar $0,011 < 0,05$ artinya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak, berarti antara *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan.

Sedangkan nilai t hitung variabel X3 *Life Style* sebesar $10,764 > t$ tabel 1,984 yang artinya Ha3 diterima dan Ho3 ditolak, berarti ada pengaruh antara *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif dengan arah positif. Selanjutnya nilai sig. variabel X3 sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Ha3 diterima dan Ho3 ditolak, berarti antara *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan.

Pengaruh *Fintech Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *Fintech Payment* terhadap Perilaku Konsumtif, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana t hitung $2,194 > t$ tabel 1,984 dan nilai sig $0,028 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Fintech Payment* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini menjelaskan bahwa *Fintech Payment* meningkat maka Perilaku Konsumtif juga meningkat, semakin sering mahasiswa menggunakan pembayaran digital maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Sistem pembayaran menggunakan *fintech payment* jauh lebih efektif dan efisien daripada pembayaran secara *cash*, karena hanya dengan menggunakan *smartphone* mahasiswa sebagai konsumen dapat membayar produk yang diinginkan dengan lebih cepat, praktis dan mudah sehingga mempengaruhi perilaku mereka dalam berbelanja. Selain itu proses pendaftaran di aplikasi *fintech payment* hingga cara penggunaannya dan *top up* saldo sangat mudah dipahami. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Riska, 2022), (Ray, Mashudi, Herkulana, 2022) yang menyatakan bahwa *Fintech Payment* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan terdapat pengaruh positif antara *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif melalui hasil perhitungan diperoleh t hitung $2,586 > t$ tabel 1,984 dan nilai sig $0,011 < 0,05$. Sehingga ditarik kesimpulan secara parsial *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Hal ini menjelaskan bahwa *financial literacy* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis meningkat maka perilaku

konsumtif berbelanja *online* mereka pun akan meningkat pula. Pengetahuan tentang literasi keuangan pun telah didapatkan oleh mahasiswa melalui pembelajaran di kampus, internet, atau lingkungan di dalam masyarakat. Akan tetapi penerapan dari ilmu pengelolaan, perencanaan dan manajemen keuangan tersebut belum diaplikasikan dengan benar sehingga penggunaan uang saat digunakan untuk berbelanja cenderung tidak tepat, sehingga mendorong mereka berperilaku boros. Selain itu karena kurang dapat membedakan keinginan dan kebutuhan dan mudahnya terpengaruh lingkungan. Untuk itu, para mahasiswa disarankan untuk dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang sudah di dapat mengenai literasi keuangan agar bisa mengatur dan mengalokasikan keuangan dengan tepat sehingga perilaku konsumtif berbelanja menurun. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian oleh (Nainggolan, 2022) dan (Charles, Srikartowati, Riadi, 2019) menunjukkan bahwa *Financial Literacy* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengaruh *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa

Hasil uji hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif melalui hasil perhitungan diperoleh t hitung $10,764 > t$ tabel $1,984$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat ditarik kesimpulan secara parsial *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. Hal tersebut menjelaskan bahwa *Life Style* meningkat maka Perilaku Konsumtif berbelanja *online* juga akan meningkat. Perilaku konsumtif meningkat disebabkan pada aktivitas berkumpul dengan teman-teman diluar rumah dan suka dengan mengunjungi tempat-tempat perbelanjaan. Dengan aktivitas tersebut tentu akan membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif, mereka selalu mengikuti tren entah tren dalam berpakaian, makanan, *make up* dan sebagainya, sehingga keinginan membeli produk/barang semakin meningkat dan sering membuka aplikasi belanja untuk membeli keperluan yang akan dipakai untuk berkumpul. Selain itu, penyebab mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yaitu mudah dipengaruhi oleh teman untuk membeli sesuatu, serta promosi dapat menarik minat seseorang untuk berbelanja. Untuk itu disarankan kepada mahasiswa untuk mengurangi gaya hidup yang berlebihan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haryana, 2020) dan (Pulungan, 2018) menunjukkan bahwa *Life Style* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

KESIMPULAN

Menurut hasil uji hipotesis dan penemuan pada bab-bab sebelumnya tentang “Pengaruh *Fintech Payment*, *Financial Literacy* dan *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa”, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada H1, H2 dan H3 secara empiris ditemukan pengaruh yang signifikan antara *Fintech Payment*, *Financial Literacy* dan *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Mahasiswa. Dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis H1 menjelaskan bahwa *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan maka H1 diterima, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana $t_{hitung} 2,194 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,028 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin berkembangnya teknologi pembayaran digital akan semakin menimbulkan perilaku konsumtif mahasiswa terhadap berbelanja *online*. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.

Hasil pengujian hipotesis H2 menjelaskan bahwa *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan maka H2 diterima, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana $t_{hitung} 2,586 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,011 < 0,05$, dan dapat dikatakan bahwa dengan tingkat pemahaman literasi keuangan yang cukup baik, tetapi mahasiswa belum mampu untuk bisa mengontrol perilaku konsumtifnya. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.

Hasil pengujian hipotesis H3 menjelaskan bahwa *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan maka H3 diterima, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana $t_{hitung} 10,764 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai $sig 0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup seorang mahasiswa seperti selalu mengikuti tren, lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Maka dapat disimpulkan bahwa *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Fintech Payment*, *Financial Literacy* dan *Life Style* yang ada cukup signifikan. Namun juga temuan ini juga menunjukkan bahwa *Financial Literacy* mahasiswa masih lumayan baik, tetapi masih belum mencapai tingkatan sangat baik.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
 Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2).

- Bank Indonesia. (2018). Edukasi Mengenal *Financial* Teknologi. Diakses dari www.bi.go.id.
- Charles, C., Srikartikowati, S., & Riadi, R.M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan PIPIS FKIP Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 6(1), 513-520.
- Haryana, RDT (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Belanja Online. *Ekulibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29.
- Kotler, Philip (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Monks, & Dkk. (2010). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mubarokah, S., & Rita, MR (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender sebagai Permoderasi. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial dan Bisnis*, 4(2), 211-220.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 51(1), 810-826.
- Oskar, D. P., Prinoya, R. W., Novita, W., & Johan, H. (2022). E-Commerce, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online melalui Platform TikTok. *Jurnal Ekobistek*, 422-447.
- Pulungan, D.R. & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Ray, MJK, Mashudi, M., & Herkulana, H. Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Dan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(9), 1331-1339.
- Riska, R. (2022). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam) (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Runnemark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). *Do consumers pay more using debit cards than cash?*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 285-291.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh e-wom, lifestyle, kepercayaan terhadap keputusan pembelian ticket online booking pada situs Traveloka.com di Ponorogo (Studi kasus pembelian tiket pesawat dan kereta api). *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 474-487.
- See-To, EW, & Ngai, EW (2019). Sebuah studi empiris teknologi pembayaran, psikologi konsumsi, dan perilaku belanja dalam konteks ritel. *Informasi & Manajemen*, 56(3), 329-342.
- Silalahi, R., & Pramedia, D. P. (2018). *Analisis Faktor Keberhasilan Fintech Payment Dengan Menggunakan Model DeLone Dan McLean*.
- Sugiyono, (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Tenriawaru, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). *Hubsungan antara kecenderungsnpribadian narsistik dan financial literacy dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa*. *Wacana*, 10(2).