

PENGARUH *FINTECH PAYMENT*, *INKLUSI KEUANGAN*, DAN *LIFE STYLE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA)

Jeni Haerunnisa¹ dan Hanifa Sri Nuryani^{1*}

¹Manajemen, FEB, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

Corresponding author: hanifatohri@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Fintech Payment*, *Inklusi Keuangan*, dan *Life Style* terhadap perilaku konsumtif berbelanja online (studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa). Jenis penelitian ini yaitu 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 maka H1 diterima, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana $t \text{ hitung } 2,194 > t \text{ tabel } 1,984$ dan memiliki sig. sebesar $0,028 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa semakin menimbulkan perilaku konsumtif terhadap berbelanja online, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, (2) *Inklusi Keuangan* berpengaruh positif dan signifikan maka H2 diterima melalui hasil perhitungan diperoleh dimana $t \text{ hitung } 2,586 > t \text{ tabel } 1,984$ dan nilai sig. $0,011 < 0,05$ dan dapat dikatakan bahwa dengan tingkat pemahaman *Inklusi Keuangan* yang cukup baik, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Inklusi Keuangan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, (3) *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan maka H3 diterima, melalui hasil perhitungan diperoleh dimana memiliki $t \text{ hitung } 10,764 > t \text{ tabel } 1,984$ dan memiliki sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci : *Fintech Payment*, *Inklusi Keuangan*, dan *Life Style*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Fintech Payment, Inklusi keuangan and Life Style on consumptive online shopping behavior of student of the faculty of economic and Business, Sumbawa University Of Tecnology. The type of this quantitative research. The sample used is 100 students of the Faculty of Economics and Business, Sumbawa Universitas Techonology 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.

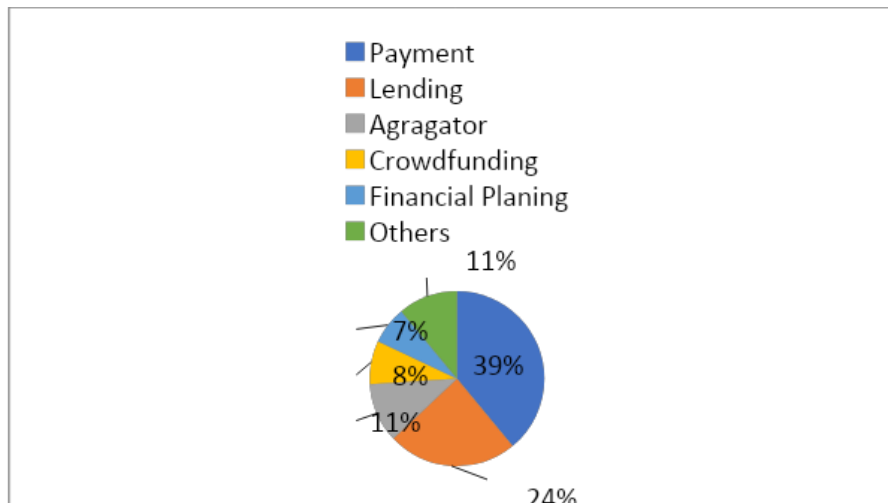
The results of this research obtained (1) Fintech Payment has a positive and significant effect, so H1 is accepted, through the calculation results obtained where t count is $2.194 > t$ table 1.984 and has sig. equal to $0.028 < 0.05$. So it can be said that the more consumptive behavior there is towards online shopping, so it can be concluded that the Fintech Payment variable has a positive and significant effect on consumptive behavior, (2) Financial Inclusion has a positive and significant effect, so H2 is accepted through the calculation results obtained where t count is $2.586 > t$ table 1.984 and sig value. $0.011 < 0.05$ and it can be said that with a fairly good level of understanding of Financial Inclusion, it can be concluded that Financial Inclusion has a positive and significant effect on consumer behavior, (3) Life Style has a positive and significant effect, so H3 is accepted, through the calculation results obtained which has t count $10.764 >$ from t table 1.984 and has sig. equal to $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that Life Style has a positive and significant impact on consumer behavior.

Keywords :Fintech Payment, Inklusi keuangan, dan Life Style

1. PENDAHULUAN

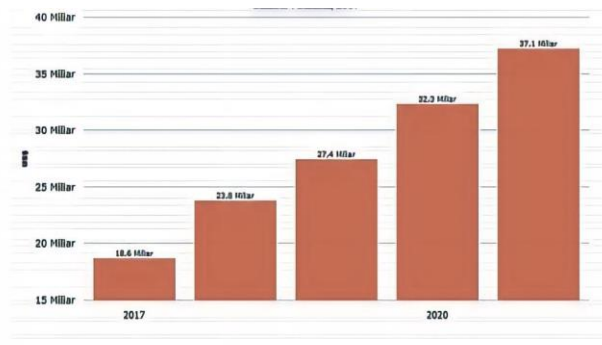
Teeknologi terus beerubah dan beerkeembang peesat, dan keebeeradaannya tidak dapat lagi dipisahkan dari keehidupan manusia. Seeiring beerjalannya waktu, teeknologi teelah meembeerikan dampak dan manfaat bagi manusia dan lingkungan seekitarnya dengan meembantu meereeka meenjadi leebih ceepat dan eefisieen. Saat ini manusialah yang hidup beerdampingan deengan teeknologi, yang pada akhirnya meenjadikan teeknologi seebagai keebutuhan dasar siswa (Vhaleery, 2021). Peerkeembangan teeknologi saat ini meembawa peerubahan yang signifikan bagi umat manusia. Misalnya, keebeeradaan Inteerneet seebagai sisteem komunikasi sudah meenjadi hal yang peenting bagi seebagian keelompok masyarakat. Teeknologi digital meemungkinkan neegara-neegara meenggeerakkan peereekonomiannya meenuju eekonomi digital. Eera eekonomi digital ditandai deengan aksees inteerneet tanpa batas. Inteerneet meemudahkan Anda meeneemukan informasi yang Anda butuhkan, baik itu meencari beerita baru atau meengaksees layanan streeaming. Jumlah peengguna inteerneet terus meeningkat dari tahun 2013 hingga awal tahun 2023 hingga meencapai 212,9 juta. Jumlah ini meeningkat dibandingkan peeridee yang sama tahun lalu. Beerfokus pada peengguna Inteerneet, jumlah peenduduk Indoneesia yang beerseelancar di Inteerneet pada tahun 2023 seebanyak 212,9 juta peengguna, meeningkat 5,2% dibandingkan tahun 2022 karena peesatnya peerkeembangan teeknologi (Bisnis.com, 2023).

Kemajuan teknologi yang pesat juga membawa inovasi baru berupa fintech payment. (Prajasa, 2020) Keberadaan fintech payment dapat dilihat sebagai pasar baru yang mengintegrasikan keuangan dan teknologi (Arner, Barberis & Buckley, 2015). Apalagi fintech payment merupakan inovasi baru yang memadukan teknologi informasi dan layanan keuangan berbasis digital, serta diharapkan dapat memajukan layanan keuangan bagi masyarakat (Rizkiyah et al., 2021). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), fintech pembayaran adalah perusahaan rintisan yang bergerak di bidang teknologi dan informasi terkait inovasi di sektor jasa keuangan. Fintech pembayaran dapat mempermudah proses jual beli dengan memberikan kemudahan kepada penggunanya. Saat ini, menurut OJK (2018), terdapat lima jenis fintech: crowdfunding, microfinance, layanan P2P lending, perbandingan pasar, dan sistem pembayaran digital. Keberadaan fintech pembayaran menjadi sarana yang efektif dan efisien dalam menunjang transaksi jual beli dan sistem pembayaran yang ada.



Gambar 1. Distribusi Ekosistem Bisnis Fintech di Indonesia

Sumber : www.cncbindonesia.com



Gambar 2. Transaksi Bisnis Fintech di Indonesia

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan Gambar 1 yang menggambarkan bisnis *financial technology (fintech)* Indonesia yang dilansir CNBC Indonesia, terlihat bahwa penggunaan *fintech* pembayaran yang merupakan layanan sistem pembayaran bagi pengguna menyumbang pangsa terbesar yaitu sebesar 39%. Selain itu, Gambar 2 menunjukkan bahwa perkiraan transaksi *fintech* diperkirakan mencapai 18,65 miliar pada tahun 2017, dan jumlah tersebut diperkirakan akan mencapai 37,1 miliar pada tahun 2021. Tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) yang dihitung dari 2017 hingga 2022 adalah 18,8%.

Di Indonesia, sistem pembayaran terus mengalami kemajuan, dan dengan munculnya pembayaran elektronik, kehidupan menjadi semakin konsumernis, dan kurangnya uang tunai mencegah perilaku belanja impulsif, dimana masyarakat membeli produk tanpa perencanaan

CGAP-GPFI mendefinisikan inklusi keuangan sebagai kondisi di mana semua orang dewasa usia kerja memiliki akses efektif terhadap layanan kredit, tabungan, pembayaran, dan asuransi dari penyedia layanan formal. Menurut Badan Jasa Keuangan, inklusi keuangan adalah pemberian akses terhadap berbagai lembaga, produk, dan layanan keuangan formal sesuai kebutuhan dan kemampuan suatu masyarakat, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Karena jaringan internet tersebar luas dan dapat menjangkau hampir setiap wilayah, industri fintech dinilai dapat membantu meningkatkan inklusi keuangan, memungkinkan masyarakat mengakses berbagai lembaga keuangan

dan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan, sehingga memberikan kemudahan akses terhadap layanan. .

Di era modern saat ini, gaya hidup (Kotler, 2016) telah mengedepankan kebutuhan gaya hidup (Jati, 2015). Menurut Kotler (2016), gaya hidup merupakan ciri hidup seseorang yang terlihat dari aktivitas, minat, dan pendapatnya, serta menecerminkan diri seseorang dalam menghadapi lingkungan. Menurut penelitian Pulungan (2018) sebelumnya, gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Siswa lebih cenderung menjalani gaya hidup yang mengikuti tren dan mode saat ini.

Belanja online adalah pembelian produk dan jasa melalui internet tanpa memerlukan komunikasi tatap muka. Belanja online juga membawa perubahan sosiokultural di masyarakat, terutama di kalangan pelajar dan generasi milenial. Kebutuhan yang perlu dipenuhi berbeda-beda pada setiap orang, ada yang memenuhinya secara wajar, ada pula yang memenuhinya secara berlebihan. Perubahan perilaku konsumsi masyarakat bahkan menimbulkan tren perilaku konsumsi. Perilaku konsumen merupakan suatu perilaku atau gaya hidup dimana masyarakat lebih memilih mengeluarkan uang tanpa berpikir panjang (Oskar, 2022).

Adanya fenomena yang terkait tentang teknologi pembayaran secara online yang dilakukan kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa yang membuat mahasiswa cenderung mengikuti sistem berbagai layanan yang menggunakan sistem pembayaran online dengan mengikuti pola gaya hidup dan timbulnya perilaku konsumtif. Pola gaya hidup yang konsumtif kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa tercermin dalam kehidupan sehari-hari, dengan kebiasaan yang selalu ingin hidup mengikuti perkembangan jaman misalnya, menghabiskan waktu diluar rumah, membeli barang hanya untuk mengikuti tren dengan kondisi keuangan yang memadai untuk sebisa mungkin mahasiswa mengikuti arus modern yaitu melalui penggunaan barang-barang berkelas, gaya berpakaian, dandan yang sesuai dengan style saat ini agar terciptanya suatu image sebagai Mahasiswa yang berkelas.

Berdasarkan fenomena diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fintech Payment, Inklusi Keuangan* dan *Life Style* terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa)”.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang mempunyai filsafat positivisme sebagai landasan dalam menggunakan populasi atau sampel tertentu, dan alat penelitian untuk mengumpulkan data pada hakikatnya bersifat statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang diberikan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif, pendekatan Asosiatif yang bertujuan untuk menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih, dalam pendekatan penelitian asosiatif ini setidaknya terdapat dua variabel yang bersifat kasual dan hubungannya mempengaruhi hubungan antara dua variabel atau lebih. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik dengan menggunakan regresi linear berganda.

populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa angkatan 2020-2023 yang terdiri dari 7 program studi antara lain :manajemen, akuntansi, ekonomi pembangunan, bisnis digital, kewirausahaan, ilmu hukum dan ilmu aktuaria. Metode pengambilan sampel dengan metode non probability sampling yaitu purposive sampling. Purposive sampling adalah pendekatan dalam menentukan sampel dengan memilih responden sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Untuk menghitung jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Paul Leedy.

$$N = \left(\frac{Z}{E}\right)^2 (p) \left(1 - \frac{1}{p}\right)$$

Keeterangan :

N = Ukuran sampel

Z = Standard score untuk yang dipilih = 1,96

E = Sampling error yang dipeergunakan (10%)

P = Proporsi harus dalam populasi

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka nilai p maksimal adalah 0,5 dengan menggunakan *confidence level* 95% atau taraf signifikan α 5%, maka di peroleh Z sebesar 1,96 dan tingkat kesalahan (e) yang tidak lebih dari 10% (0,1), maka besar sampel adalah

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1}\right)^2 (0,5) \left(1 - \frac{1}{0,5}\right)$$

= 96,04 diperluas menjadi 100 orang

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda, digunakan untuk menguji seberapa kuat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Model analisis regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan secara matematis sebagai berikut:

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

Y = Perilaku konsumtif berbelanja online

X1 = *Fintech payment*

X2 = *Inklusi Keuangan*

X3 = *Life style*

b1, b2 = Koefisien regresi

ε = Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem pembayaran menggunakan *fintech payment* lebih efektif dan efisien dari pada pembayaran secara *cash*, karena hanya dengan menggunakan *smartphone* mahasiswa sebagai konsumen dapat membayar produk yang diinginkan dengan lebih cepat, praktis dan mudah sehingga memengaruhi perilaku mereka dalam berbelanja

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis data regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan adanya hubungan yang signifikan dan dapat mewakili, sehingga model regresi harus memenuhi uji asumsi klasik.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
	(Constant)	5.992	4.249
	<i>Fintech Payment</i>	.347	.111
	<i>Inklusi Keuangan</i>	.274	.106
	<i>Life Style</i>	.980	.091
a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif			

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

Maka dari model regresi linear berganda diatas persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 5,992 + 0,347X_1 + 0,274X_2 + 0,980X_3 + \epsilon$$

Dimana keterangannya adalah :

1. Konstanta sebesar 5,992 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen yaitu *Fintech Payment* (X1), *Inklusi Keuangan* (X2) dan *Life Style* (X3) dianggap konstan, maka nilai perilaku konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 5,992.
2. *Fintech Payment* (X1) sebesar 0,347 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Fintech Payment* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *Inklusi keuangan* dan *life style* diabaikan, maka variabel perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,347.
3. *Inklusi Keuangan* (X2) sebesar 0,274 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Inklusi keuangan* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *fintech payment* dan *life style* diabaikan, maka variabel perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,274
4. *Life Style* (X3) sebesar 0,980 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila *Life Style* mengalami peningkatan sebesar satu satuan, dengan asumsi *Fintech Payment* dan *Inklusi keuangan* diabaikan, maka variabel perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,980.

2. Uji t (parsial)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk melihat pengaruh dari masing masing variabel independen (X1, X2, X3) yaitu *Fintech Payment*, *Inklusi Keuangan*, dan *Life Style* terhadap

variabel dependen (Y) yaitu Perilaku Konsumtif. Menentukan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05).

- a. Ha : Variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- b. Ho : Variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y

Tabel 2. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std Error	Beta		
1.	(Constant)	5.992	4.249		1.410	.162
	<i>Fintech Payment</i>	.347	.111	-.170	2.194	.028
	<i>Inklusi Keuangan</i>	.274	.106	.202	2.586	.011
	<i>Life Style</i>	.980	.091	.759	10.764	.000
a. Dependent Variable : Perilaku Konsumtif						

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

Dari tabel diatas menjelaskan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu : 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, Nilai t hitung variabel X2 *Inklusi Keuangan* sebesar 2.586 > t tabel 1,984 yang artinya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak berarti ada pengaruh antara *Inklusi Keuangan* terhadap perilaku konsumtif dengan arah positif. Selanjutnya nilai sig. variabel X2 sebesar 0,01 < 0,05 artinya Ha2 diterima dan Ho2 ditolak, berarti antara *Inklusi Keuangan* terhadap perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan, 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.

3. Uji Determinasi Koefisien

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengukur kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R^2 mendekati 1, maka dikatakan bahwa pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) adalah besar (hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen). Sebaliknya jika R^2 mendekati 0, maka pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) adalah kecil (kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas). Berikut adalah hasil pengujian statistic :

Tabel 3. Uji koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	.800	.640	.629	4.554
a. Predictors : (Constant), <i>Life Style</i> , <i>Fintech Payment</i> , <i>Inklusi Keuangan</i>				

Sumber : data diolah SPSS 25 (2023)

Se semakin tinggi nilai R- Square maka akan semakin baik model regresi, karena kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen juga semakin besar. Nilai R-Square 0,640 menunjukkan 64% variabel perilaku konsumtif (Y) dipengaruhi oleh variabel *Fintech Payment*, *Inklusi Keuangan*, dan *Life Style* (X). sisanya 36% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kontrol diri, perilaku manajemen keuangan, sikap keuangan, dan lain sebagainya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *Fintech Payment*, *Inklusi Keuangan* dan *Life Style* terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis 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 menimbulkan perilaku konsumtif mahasiswa terhadap berbelanja online, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel *Fintech Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* mahasiswa.
2. Hasil pengujian hipotesis menjelaskan bahwa *Inklusi Keuangan* 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 inklusi keuangan yang cukup baik, tetapi mahasiswa belum mampu untuk bisa mengontrol perilaku konsumtif. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *Inklusi keuangan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online mahasiswa.
3. Hasil pengujian hipotesis menjelaskan bahwa *Life Style* 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 seseorang mahasiswa seperti selalu mengikuti tren, lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Maka disimpulkan bahwa *Life Style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online mahasiswa.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amanita, N. Y. (2017). Peentingnya Liteerasi Keeuangan Bagi Peengeelolaan Keeuangan Pribadi. *Volume VI*.
- Ansori, M. (2019). Peerkeembangan dan Dampak Financial Teechnology (Finteech) Teerhadap Industri Keeuangan Syariah di Jawa Teengah. UNISNU Jeepara.
- Anzeelin, D. P. (2020). Peerseepsi Keegunaan Dan Keemudahan Dalam Peenggunaan *Financial Teechnology (FINTEeCH)* Pada Masyarakat Kota Banda Aceeh (Doctoral disseertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceeh).
- Arianti, BF. (2022). Liteerasi Keeuangan (Teori dan Impleemeentasinya). <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/JY7PM>.
- Arikunto, S. (2010). *Proseedur Peeneelitan Suatu Peendeekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineeka Cipta.
- Astuti, Ee. D. (2013). Peerilaku konsumtif dalam meembeeli barang pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2).
- Azzahra, T. (2023). Peengaruh *Financial Teechnology Paymeent, Financial Attitudee*, dan *Financial Knowleedgee* teerhadap *Financial Manageemeent Beehavior* bagi Mahasiswa di Yogyakarta (Doctoral disseertation, Univeersitas Islam Indoneesia).
- Bank Indoneesia. (2017). Peeraturan Bank Indoneesia Nomor 19/12/PBI/2017 Teentang Peenyeeleemggaraan Teeknologi Finansial. (www.bi.go.id/)
- Bank Indoneesia. (2018). Eedukasi Meengeenal *Financial Teeknologi*. Diaksees dari www.bi.go.id.
- Bonang, D. (2019). Peengaruh Liteerasi keeuangan teerhadap Peereencanaan Keeuangan Keeluarga di Kota Mataram. *J-EeBIS (Jurnal Eekonomi dan Bisnis Islam)*, 155-165.
- Bukhari, Ee., Praseetyo, Ee.T., & Rahma, S. U. U. (2022). Peengaruh Liteerasi Keeuangan, Peendapatan dan Gaya Hidup Teerhadap Peerilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49-56.