

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO

Abdul Rivai Hadji¹, Amran T. Naukoko², Steeva Y. L. Tumangkeng³

^{1,2,3} Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi Manado, 95123, Indonesia

E-mail : abdulhadji70@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Perkembangan teknologi keuangan yang pesat, terutama dalam bentuk pembayaran digital, telah mempermudah transaksi, namun juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Literasi keuangan diyakini memiliki peran penting dalam mengendalikan perilaku tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 31 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari masing-masing variabel independen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan literasi keuangan dan penggunaan digital payment secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peningkatan literasi keuangan guna memitigasi dampak negatif penggunaan teknologi keuangan digital terhadap perilaku konsumsi.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Digital Payment, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Teknologi Keuangan

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of financial literacy and the use of digital payments on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University. The rapid development of financial technology, particularly in the form of digital payments, has facilitated transactions but also has the potential to encourage consumptive behavior among students. Financial literacy is believed to play an important role in controlling such behavior. This study employs a quantitative approach using a survey method with 31 respondents selected through purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression to determine the simultaneous and partial effects of each independent variable. The research results show that financial literacy has no significant effect on consumptive behavior, while the use of digital payment has a significant impact on the consumptive behavior of students, and both financial literacy and the use of digital payment simultaneously have a significant effect on consumptive behavior. These findings indicate the importance of improving financial literacy to mitigate the negative impacts of using digital financial technology on consumption behavior.

Keywords: Financial Literacy, Digital Payment, Consumptive Behavior, Students, Financial Technology

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam transaksi keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah sistem pembayaran digital (digital payment) yang memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi, termasuk kalangan mahasiswa. Digital payment menawarkan kecepatan, kemudahan, namun disisi lain juga dapat memicu perilaku konsumtif akibat kemudahan akses dan minimnya kontrol pengeluaran.

Menurut Bank Indonesia (2023), terjadi peningkatan signifikan dalam transaksi digital, terutama melalui dompet digital dan QRIS, yang menunjukkan adanya pergeseran gaya hidup masyarakat, termasuk mahasiswa, ke arah transaksi non-tunai. Hal ini berdampak pada pola konsumsi yang cenderung instan dan impulsif. Mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan teknologi, menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif akibat penggunaan digital payment secara berlebihan.

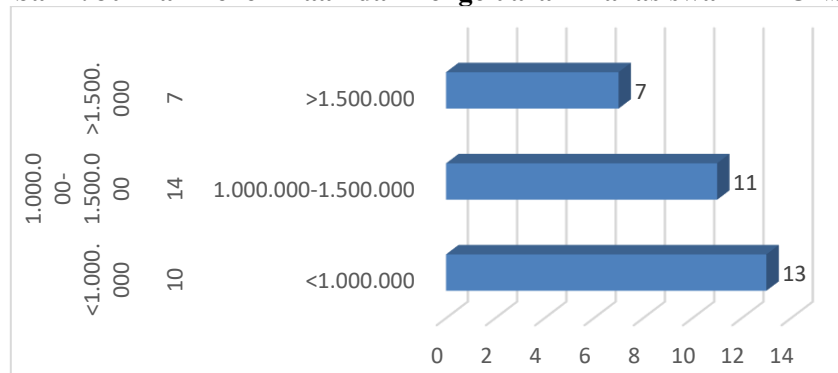
Lusardi dan Mitchell (2014) mengemukakan pada "Financial literacy is strongly correlated with positive financial behaviors and outcomes", yang berarti literasi keuangan memiliki peran penting dalam mendorong perilaku keuangan yang sehat. Namun demikian, beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun memiliki literasi keuangan yang baik, tidak serta-merta membuat seseorang mampu mengontrol perilaku konsumsinya.

Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok usia produktif memiliki kebutuhan pengeluaran yang bersifat rutin maupun tidak rutin. Secara umum, pengeluaran mahasiswa dapat dikategorikan ke dalam dua jenis, yaitu kebutuhan pokok dan kebutuhan sekunder atau tersier. Kebutuhan pokok mencakup biaya yang harus dipenuhi demi menunjang keberlangsungan studi dan kehidupan sehari-hari, seperti biaya pendidikan (UKT/SPP), biaya kos atau tempat tinggal, konsumsi, transportasi, serta pembelian alat tulis dan perlengkapan belajar.

Sementara itu, kebutuhan sekunder dan tersier meliputi pengeluaran untuk hiburan, gaya hidup, pembelian barang bermerek, penggunaan layanan digital, serta aktifitas sosial lainnya. Pada era digital saat ini pengeluaran mahasiswa cenderung meningkat karena adanya pengaruh media sosial, tren gaya hidup moderen, serta kemudahan akses terhadap e-commerce dan sistem pembayaran digital. Hal ini menyebabkan pergeseran pola konsumsi mahasiswa, dari yang sebelumnya bersifat fungsional menjadi lebih emosional dan impulsif.

Berikut tabel penerimaan yang diterima mahasiswa dari orang tua mereka dan pengeluaran mahasiswa yang mencerminkan tingkat literasi mahasiswa tentang pengelolaan keuangan.

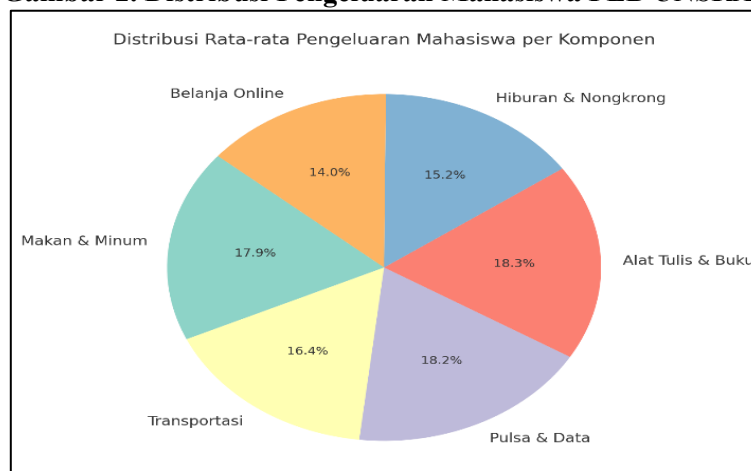
Gambar 1. Jumlah Penerimaan dan Pengeluaran Mahasiswa FEB UNSRAT



Sumber: Diolah dengan Microsoft Excel 2021

Dari gambar 1 diatas jumlah rata-rata penerimaan bulanan di bawah Rp1.000.000 yaitu 10 orang, penerimaan bulanan di atas Rp1.500.000 sebanyak 7 orang saja, dan mayoritas terbanyak penerimaan bulanan Rp 1.000.000-1.500.000 sebanyak 14 orang. Kemudian untuk pengeluaran bulanan mayoritas di bawah Rp1.000.000, yaitu 13 orang, Pengeluaran bulanan antara Rp1.000.000-1.500.000 juga cukup banyak, yaitu 11 orang, dan hanya sedikit responden yang memiliki pengeluaran di atas Rp1.500.000, yaitu 7 orang.

Gambar 2. Distribusi Pengeluaran Mahasiswa FEB UNSRAT



Sumber: Diolah dengan Microsoft Excel 2021

Gambar 2 menunjukkan proporsi rata-rata pengeluaran mahasiswa per bulan berdasarkan enam kategori utama. Komponen dengan pengeluaran tertinggi adalah alat tulis & buku (18,3%), disusul oleh

pulsa & data (18,2%), dan makan & minum (17,9%). Ini mengindikasikan bahwa kebutuhan dasar akademik dan konektivitas menjadi prioritas utama bagi mahasiswa. Sementara itu, belanja online (14,0%) dan hiburan/nongkrong (15,2) tetap menempati porsi signifikan, menunjukkan adanya kecenderungan konsumtif yang masih kuat di kalangan mahasiswa. Secara keseluruhan, pengeluaran mahasiswa cenderung terbagi antara kebutuhan esensial dan gaya hidup, sehingga pengelolaan keuangan yang baik tetap diperlukan agar pengeluaran tetap seimbang.

Gambar 3. Transaksi Uang Elektronik Tahun 2024



Sumber: *Lingkedin*

Berdasarkan gambar 3 di atas menunjukkan bahwa nilai transaksi digital banking mencapai Rp15.882 triliun, naik 16,15% secara tahunan. Selain itu, transaksi uang elektronik mengalami lonjakan sebesar 41,7% dengan nilai mencapai Rp253,4 triliun. Sistem transfer dana real-time seperti BI-FAST juga tumbuh signifikan sebesar 55,4% sedangkan transaksi QRIS meningkat hingga 186%. Peningkatan ini mencerminkan adanya perubahan pola transaksi masyarakat yang semakin mengandalkan sistem pembayaran digital.

Fenomena ini menjadi perhatian khusus, terutama dalam konteks perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin mudah melakukan pembelian melalui platform, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah:

1. Bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado?
2. Bagaimana Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Eekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado?
3. Bagaimana Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado?

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulang Manado.
2. Untuk menganalisis pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnsis Universitas Sam Ratulangi Manado.
3. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Literasi Keuangan

Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat dan bertindak efektif terkait penggunaan dan pengelolaan uang pada masa kini dan masa depan. Huston (2010), menekankan bahwa literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan (knowledge) tentang topik keuangan seperti tabungan, utang, investasi, dan perencanaan keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan nyata. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan (2017) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan.

2.2. Digital Payment

Digital payment merupakan sistem pembayaran elektronik yang memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan transaksi keuangan secara non tunai. Menurut Gaol (2008), digital payment memungkinkan transaksi pembelian dilakukan melalui jaringan internet tanpa perlu menggunakan uang tunai secara langsung. Hal ini sejalan dengan pandangan Bank Indonesia yang menyatakan bahwa instrument pembayaran elektronik, termasuk uang elektronik, telah berkembang menjadi solusi yang lebih praktis dibandingkan kartu debit atau kredit.

2.3. Perilaku Konsumtif

Belk, Eatsman, dan rekan-rekan (dalam Shukla dan Sharma, 2011) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku konsumen dalam mencari dan membeli barang dan jasa yang dapat menghasilkan status sosial serta prestige dengan mengabaikan penghasilan maupun kelas sosial mereka yang sebenarnya. Perilaku konsumtif disebut juga dengan *wastefull consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam membeli barang dan jasa yang tidak berguna atau mengonsumsi lebih dari definisi yang masuk akal dari kebutuhan. Perilaku konsumtif juga berarti keinginan untuk mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Natalia et al. (2019) bertujuan untuk mengetahui tingkat literasi keuangan dan pengelolaan keuangan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 mahasiswa manajemen di Unsrat yang merupakan anak kos atau anak rantauan yang mendapatkan uang jajan setiap bulannya. Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dari mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat berada dalam kategori rendah yaitu total rata-rata 50%.

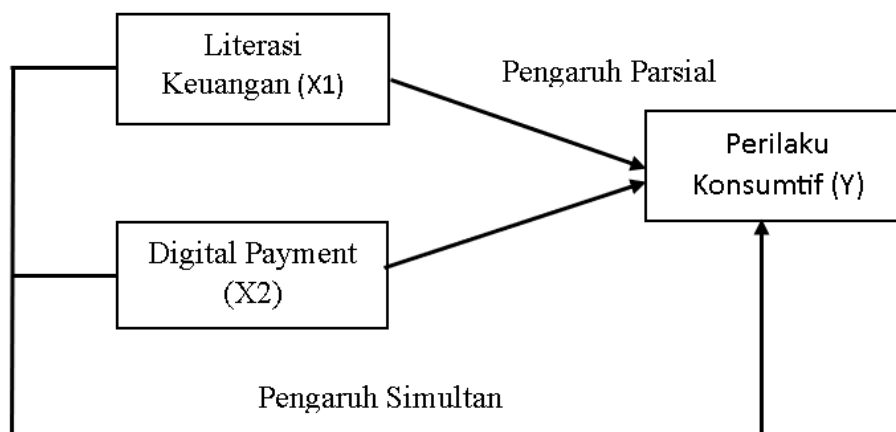
Widhiari, Laksmana, & Rinaldi (2025). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan digital payment terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kecamatan Kuta Selatan. Metode kuantitatif diterapkan melalui purposive sampling pada 200 responden, dikumpulkan via kuesioner online dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan digital payment sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian Rahayu dan Mulyadi (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Sampel penelitian terdiri dari penduduk perumahan, mahasiswa, dan pelajar di Karawang, dengan jumlah responden yang memadai untuk analisis yang akurat. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi. Hasil penelitian pengaruh digital payment cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat sebesar 68,6% dan sisanya 47,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Pujia et al. (2024-2025). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan dan digital payment terhadap perilaku konsumtif, serta peran gaya hidup sebagai moderasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode moderated Regression Analysis (MRA), penelitian ini dilakukan pada mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan. Gaya hidup tidak terbukti memoderasi hubungan antar variabel tersebut.

2.5. Kerangka Pemikiran

Gambar 4. Kerangka Pemikiran



Sumber : Kajian Penulis

2.6. Hipotesis

Hipotesis 1 : Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.

Hipotesis 2 : Penggunaan Digital Payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.

Hipotesis 3 : Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam ratulangi.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang bersifat sistematis, terencana, dan terukur sejak perumusan masalah hingga penyusunan desain penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran angket kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat yang menjadi responden penelitian. Data sekunder diperoleh dari berbagai literatur yang relevan, seperti penelitian-penelitian terdahulu, buku-buku ilmiah, artikel jurnal akademik, serta sumber-sumber lain yang memiliki keterkaitan dengan topik mengenai literasi keuangan, digital payment, dan perilaku konsumtif mahasiswa.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap objek atau aktivitas yang diteliti, sedangkan kuesioner menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap fenomena sosial yang dikaji. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data dari dokumen internal seperti data mahasiswa dan gambaran umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Manado, serta dokumen eksternal seperti buku dan jurnal ilmiah yang relevan. Seluruh data yang diperoleh kemudian diolah secara kuantitatif melalui proses peringkasan dan penyusunan sistematis menggunakan prosedur dan rumus tertentu.

3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Independen (X1) Menurut *Australian Securities and Investment Commission* (dalam Yunikawati, 2012) untuk mengetahui sejauh mana tingkat literasi keuangan seseorang, dapat digunakan tolak ukur berupa indikator pengetahuan keuangan sebagai berikut:
 - a. Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan pribadi.
 - b. Kemampuan tentang tabungan dan investasi.
 - c. Pemahaman tentang kredit dan utang.
 - d. Pengetahuan mengenai perlindungan keuangan.

- e. Kemampuan mengambil keputusan keuangan yang bijak.
2. Variabel Independen (X2) Digital payment menurut Gosal dan Linawati tahun 2008 diukur dengan indikator sebagai berikut :
 - a. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)
 - b. Kenyamanan (*Convenience*)
 - c. Kecepatan Transaksi (*Transaction Speed*)
 - d. Keamanan (*Security*)
 - e. Kepercayaan (*Trust*)
3. Menurut Sumartono (dalam Chrisnawati & Abdullah, 2011), terdapat tiga indikator perilaku konsumtif, yaitu :
 - a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)
 - b. Pemborosan dalam Konsumsi (*wasteful consumption*)
 - c. Kecenderungan membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan (*desire-oriented buying*)

3.4. Metode Analisis Data

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS 25.

3.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan suatu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengestimasi atau memprediksi nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011). Menurut Ghozali (2011), persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Keterangan

Y	: Perilaku Konsumtif
a	: Konstanta
$\beta_1 X_1$: Koefisien Literasi keuangan
$\beta_2 X_2$: Koefisien Digital Payment
e	: errorestimate

3.4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan memenuhi syarat untuk dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear. Uji ini penting agar hasil analisis yang digunakan valid dan tidak mengandung bias, sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang akurat.

1. Uji Normalitas
Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai aktual) berdistribusi normal. Pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov atau melihat grafik P-P Plot histogram residual.
2. Uji Multikolinearitas
Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.
3. Uji Heteroskedastisitas
Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians dari residual sama atau tidak pada semua nilai variabel independen. Heteroskedastisitas dapat didekteksi dengan uji Glejser atau melihat pola pada grafik scatterplot antara nilai prediksi (ZPRED) dan residual (SRESID). Jika tidak ada pola tertentu atau titik menyebar secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.3. Uji t (Secara Parsial)

Uji statistik pada dasarnya menunjukkan sejauh mana variabel penjelas (independen) secara individual mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2012). Dalam konteks ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5% (0,05), dan dapat dilakukan dengan dua pendekatan, yaitu berdasarkan nilai signifikansi (p-value) dan perbandingan nilai

t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.4.4. Uji F (Secara Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2013), uji F bertujuan untuk menguji kelayakan model regresi secara keseluruhan. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dengan dua pendekatan, yaitu berdasarkan nilai probabilitas signifikansi (Sig.) dan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} .

3.4.5. Uji R^2

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Menurut Sugiyono (2017), koefisien determinasi menunjukkan proporsi variabel X yang mampu menjelaskan variasi pada variabel Y.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	-8.948	9.005		-.994
	Total_X1	.186	.271	.115	.688
	Total_X2	.908	.326	.464	2.784
					Sig.
					.329
					.497
					.010

(Sumber: Diolah menggunakan IBM SPSS 25)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai konstanta sebesar -8,948. Artinya, apabila variabel literasi keuangan (X1) dan penggunaan digital payment (X2) dianggap tidak berpengaruh atau bernilai nol, maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa (Y) diprediksi sebesar -8,948. Namun, secara logika, nilai konstanta yang negative dan tidak signifikan (Sig. = 0,329 > 0,05) menunjukkan bahwa konstanta ini tidak memberikan kontribusi terhadap model dan hanya bersifat matematis dalam perhitungan regresi.

1. Total X1 merupakan variabel literasi keuangan. Koefisien regresi sebesar 0,186 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam literasi keuangan (X1) akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,186 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Namun, karena nilai signifikansinya 0,497 (lebih besar dari 0,05) maka pengaruh literasi keuangan tidak berpengaruh secara nyata terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam model ini.
2. Total X2 merupakan variabel penggunaan digital payment. Koefisien sebesar 0,908 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam penggunaan digital payment (X2), akan meningkatkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,908 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Karena nilai signifikannya 0,010 (lebih kecil dari 0,05), maka pengaruh penggunaan digital payment memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4.2. Uji Asumsi Klasik

4.2.1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil dari tabel 2 maka dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,115, yang lebih besar dari tingkat signifikansi umum (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi normal. Asumsi normalitas terpenuhi, dan model regresi layak untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas dengan Kolgomorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		31
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.76107561
Most Extreme Differences	Absolute	.142
	Positive	.142
	Negative	-.089
Test Statistic		.142
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115 ^c

Sumber: Diolah menggunakan IBM SPSS 25

4.2.2. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengolahan, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi penelitian ini. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance dari masing-masing variabel independen yang lebih besar dari 0,1 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

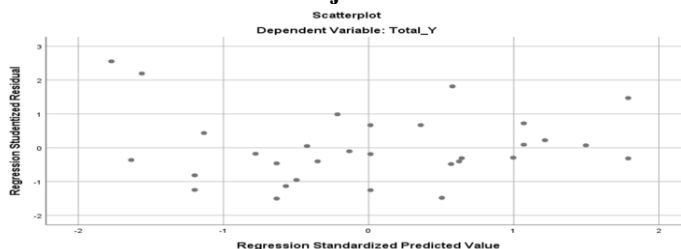
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-8.948	9.005		-.994	.329			
	Total_X1	.186	.271	.115	.688	.497		.998	1.002
	Total_X2	.908	.326	.464	2.784	.010		.998	1.002

(Sumber: Diolah dengan IBM SPSS 25)

4.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot pada gambar 3 terlihat bahwa sebaran titik-titik residual bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu seperti garis, kurva, atau pengelompokan spesifik. Pola penyebaran ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap tingkat prediksi variabel independen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak untuk dianalisis.

Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Diolah dengan IBM SPSS 25

4.3. Uji Statistik

4.3.1. Uji Parsial (Uji t)

1. Variabel Literasi Keuangan (X1) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 0,688 dengan tingkat signifikansi 0,497. Karena $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ (2,048) dan signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, hipotesis H1 ditolak.
2. Variabel Penggunaan Digital Payment (X2) menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,784 dengan

signifikansi 0,010. Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ (2,048) dan $\text{signifikansi} < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis H2 diterima.

4.3.2. Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 4,038 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,34. Selain itu nilai signifikansi sebesar 0,029 lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan, artinya variabel Literasi keuangan dan Penggunaan Digital Payment secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang artinya H3 diterima.

4.3.3. Uji Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R square (R^2) sebesar 0,224 menunjukkan bahwa 22,4% variasi dari perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan penggunaan digital payment. Sementara itu, 77,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model ini, seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, media sosial, dan kondisi psikologis. Nilai adjusted R square sebesar 0,168 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel, kekuatan model sedikit menurun, namun tetap menunjukkan kontribusi yang berarti terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, meskipun model ini tidak sepenuhnya menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa, literasi keuangan dan penggunaan digital payment tetap memberikan pengaruh yang relevan dalam menjelaskan sebagian pola konsumsi tersebut.

4.4. Pembahasan

4.4.1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,497 melebihi 0,05, sehingga hipotesis H1 ditolak. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa tidak secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Kemungkinan, meskipun mahasiswa memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan, hal tersebut belum cukup kuat untuk mengendalikan pola konsumsi mereka yang dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, implusivitas, atau tekanan sosial.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Rosmayanti & Salam (2023) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online di kalangan karyawan swasta di Kecamatan Sumbawa. Ketidaksignifikan pengaruh literasi keuangan dapat disebabkan oleh dominasi faktor eksternal seperti gaya hidup dan pengaruh lingkungan, serta ketidaksesuaian antara pengetahuan/sikap dan tindakan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan literasi keuangan saja tidak cukup tanpa dibarengi penguatan karakter, kontrol diri, dan kesadaran kritis terhadap perilaku konsumsi.

4.4.2. Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa penggunaan digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,010 di bawah 0,05. Hal ini berarti hipotesis H2 diterima. Penggunaan sistem pembayaran digital yang cepat dan praktis diduga mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi, sehingga mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan akses terhadap aplikasi pembayaran digital seperti Dana, Shopee Pay, Gopay, dan OVO, dan marketplace online memungkinkan mahasiswa untuk lebih sering melakukan pembelian, termasuk yang bersifat impulsif.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Riska (2022) tentang penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Parepare memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $t\text{-hitung}$ sebesar 2,098, yang lebih besar dibandingkan $t\text{-tabel}$ sebesar 1,985, serta tingkat signifikansi sebesar 0,039 yang berada di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan digital payment secara statistik berdampak nyata terhadap kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

4.4.3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif

Secara simultan, hasil analisis juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan digital payment berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dengan nilai signifikansi 0,029 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis H3 diterima. Meskipun secara parsial

literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan, tetapi dalam model gabungan, keberadaan kedua variabel independent tersebut secara bersama-sama memiliki kontribusi terhadap variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan digital payment merupakan faktor yang dominan, namun literasi keuangan tetap penting sebagai landasan dalam pengambilan keputusan finansial.

Hasil penelitian sejalan dengan Abidzar et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa penggunaan dompet digital dan literasi keuangan secara bersama-sama berkontribusi secara signifikan terhadap variasi perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun digital payment dapat memicu konsumtifitas, peningkatan literasi keuangan tetap dapat berperan sebagai pengimbang dalam mengurangi kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan belum sepenuhnya mampu mengendalikan pola konsumsi mereka. Meskipun memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, sebagian mahasiswa tetap menunjukkan perilaku konsumtif. Hal ini bisa terjadi karena faktor lain seperti gaya hidup, lingkungan sosial, dan kemudahan akses terhadap barang atau jasa lebih dominan memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.
2. Penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya semakin sering mahasiswa menggunakan metode pembayaran digital seperti shopee pay dan dana, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian, termasuk pembelian implusif dan konsumsi barang non-primer.
3. Literasi keuangan dan penggunaan digital payment secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi antara tingkat literasi keuangan dan penggunaan digital payment memiliki hubungan yang erat dengan pola konsumsi mahasiswa, meskipun kontribusi yang lebih dominan berasal dari penggunaan digital payment.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidzar, M. A., Prabowo, H., & Haryanto, T. (2023). Pengaruh dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Keuangan*, 12(1), 45–56.
- Bank Indonesia. (2023). *Statistik Sistem Pembayaran: Perkembangan Transaksi Digital di Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id>
- Chen, H., & Volpe, R. P. 1998. An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, Vol. 7(2), hlm. 107–128. DOI: [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian (Studi kasus pada remaja berstatus sosial ekonomi rendah). *Jurnal Spirits*, 2(1). Retrieved August 6, 2019, from <https://docplayer.info>
- Gaol, C. H. (2008). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT Grasindo.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2008). Pengaruh intensitas penggunaan layanan mobile payment terhadap spending behavior (Tesis PhD, Universitas Kristen Petra), hlm. 456–457.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Natalia, M., Tumiwa, J., & Sondakh, J. R. (2019). *Tingkat literasi keuangan dan pengelolaan keuangan mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi (Skripsi, Universitas Sam Ratulangi)*. Universitas Sam Ratulangi.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id>
- Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Susilowati, & Suhartono. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi pada mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya. *Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 5(2). <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i2.2455>
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Nanggore: Jurnal Pengabdian Cendikia. Retrieved from <https://jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id/index.php/NJPC/article/view/314>
- Riska, R. (2022). *Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (Analisis Ekonomi Islam)* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare). Repositori IAIN Parepare. <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/3402/>
- Rosmayanti, R., & Salam, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku belanja online pada karyawan swasta di Kecamatan Sumbawa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 55–65.
- Shukla, A., & Sharma, S. (2011). *Consumer Behavior and Luxury Brand Consumption: A Study on Indian Youth*. *International Journal of Marketing Studies*, 3(3), 20–28
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Widhiari, L. K. P., Laksmana, I. N. H., & Rinaldi, E. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan digital payment terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kuta Selatan. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6500–6516. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8764>
- Yunikawati, N. A. (2012). *Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, pendidikan ekonomi keluarga terhadap financial literacy dan gaya hidup serta dampaknya pada rasionalitas konsumsi (Survey pada mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi FE-UM)* (Tesis Magister, Universitas Negeri Malang). Universitas Negeri Malang.