

Analisa Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Surakarta Berdasarkan Tingkat Penggunaan *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan

Felita Erin Zada¹⁾

felitaerin@gmail.com

Dika Puspitaningrum²⁾

puspita@stiesurakarta.ac.id

¹⁾²⁾STIE Surakarta

Abstrak

Adopsi *Fintech Mobile Payment* yang semakin meluas di kalangan mahasiswa telah menggeser kebiasaan pembelian mereka ke arah transaksi daring yang lebih dominan, sehingga risiko Perilaku Konsumtif meningkat apabila kemudahan teknologi tidak seimbang dengan kemampuan mengelola keuangan yang memadai. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa STIE Surakarta angkatan 2022, sekaligus membandingkan variasi pengaruhnya antara jurusan akuntansi dan manajemen untuk mendapatkan wawasan empiris yang lebih mendalam. Pendekatan kuantitatif dengan rancangan eksplanatori diterapkan, melibatkan 276 responden yang dipilih menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling*, data diperoleh melalui kuesioner *skala Likert* yang telah diverifikasi validitas dan reliabilitasnya, lalu dianalisis dengan regresi linier berganda, uji t, serta uji F. Hasil kajian menunjukkan bahwa *Fintech Mobile Payment* memberikan efek positif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif di kedua jurusan, sementara Literasi Keuangan menunjukkan arah pengaruh yang beragam negatif namun tidak signifikan bagi mahasiswa akuntansi, serta positif dan signifikan bagi mahasiswa manajemen yang menandakan bahwa pemahaman finansial tidak selalu sejalan dengan kemampuan mengontrol pengeluaran. Temuan ini mengungkapkan bahwa Perilaku Konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh gabungan akses teknologi, pengetahuan keuangan, preferensi gaya hidup, serta aspek perilaku, sehingga program edukasi keuangan harus difokuskan pada pengembangan kebiasaan finansial yang lebih fleksibel dan menekankan pengendalian diri. Secara keseluruhan, studi ini menyoroti perlunya harmonisasi antara inovasi teknologi seperti *Fintech Mobile Payment* dengan Literasi Keuangan untuk menghindari Perilaku Konsumtif yang berlebihan, khususnya dalam era digital saat ini.

Kata kunci: Akuntansi, *Fintech Mobile Payment*, Literasi Keuangan, Manajemen, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif mahasiswa semakin menjadi perhatian serius dalam kajian ilmu sosial dan ekonomi, terutama di era digital yang ditandai dengan masifnya perkembangan teknologi finansial. Fenomena ini ditandai oleh kecenderungan membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan kebutuhan maupun kondisi keuangan jangka panjang. Wardani & Adella (2024) menegaskan bahwa perilaku konsumtif berdampak pada penurunan akumulasi kekayaan akibat berkurangnya tabungan dan investasi. Di sisi lain, Simarmata et al. (2024) menekankan bahwa kecakapan dalam mengelola keuangan merupakan elemen penting untuk meningkatkan kualitas hidup. Mahasiswa sebagai kelompok usia produktif sekaligus melek teknologi menjadi subjek strategis dalam memahami pola konsumsi kontemporer.

Fintech Mobile Payment semakin meluas penggunaannya sebagai media transaksi non-tunai, memberikan kemudahan sekaligus peluang tumbuhnya perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa. Data Bank Indonesia yang dikutip dari Bisnis.com (2025) menunjukkan pertumbuhan transaksi digital melalui QRIS sebesar 163,32% secara tahunan, mencerminkan perubahan signifikan dalam preferensi pembayaran masyarakat. Sejalan dengan temuan Julianda (2024) dan Hanafi & Sulistianingih (2025), penggunaan *Fintech Mobile Payment* terbukti berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda. Ironisnya, kemudahan teknologi ini justru berpotensi bertentangan dengan prinsip efisiensi dan kontrol diri dalam pengelolaan keuangan.

Selain aspek teknologi, tingkat literasi keuangan berperan sebagai faktor krusial yang ikut membentuk pola pengeluaran individu. Menurut Oktaviani et al. (2023), literasi keuangan yang solid mampu memengaruhi pilihan finansial dan mendorong pengaturan dana yang lebih logis. Akan tetapi, data survei SNLIK 2024 mengindikasikan bahwa indeks literasi keuangan mahasiswa masih cukup rendah, sekitar 56,42%. Kondisi ini diperparah oleh maraknya aktivitas judi daring yang mencerminkan kurangnya kendali finansial dan pemahaman keuangan di kalangan generasi muda (Firdaus, 2024). Sementara itu, bukti empiris terkait dampak literasi keuangan pada perilaku konsumtif masih menunjukkan ketidakkonsistenan; beberapa studi melaporkan adanya efek negatif (Simarmata et al., 2024), sedangkan yang lain menemukan efek positif (Al Farisyi, 2024).

Situasi tersebut menimbulkan kebutuhan mendalam untuk menyelidiki lebih dalam hubungan antara *Fintech Mobile Payment*, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif, terutama di lingkungan mahasiswa sebagai pengguna aktif inovasi keuangan. Dalam penelitian ini, mahasiswa STIE Surakarta angkatan 2022 dijadikan subjek analisis karena mereka termasuk dalam kelompok usia generasi Z dan milenial yang mendominasi adopsi fintech di Indonesia (OJK, 2025). Kajian ini tidak hanya relevan untuk memahami perilaku konsumtif dari sudut pandang teoretis, tetapi juga secara praktis bisa berkontribusi dalam menyusun pendekatan edukasi finansial yang lebih terarah.

Artikel ini bermaksud mengevaluasi efek *Fintech Mobile Payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara individual maupun bersamaan, serta mengenali variasi dampak di antara program studi akuntansi dan manajemen. Nilai utama penelitian ini ada pada usaha memperkaya khazanah empiris mengenai perilaku konsumtif melalui dua variabel kunci yang relevan di zaman keuangan digital. Temuan studi ini diantisipasi bisa menjadi acuan bagi para akademisi, regulator, dan institusi pendidikan dalam

merancang intervensi finansial yang lebih efisien guna meningkatkan literasi sambil mencegah pola konsumtif yang berbahaya di masa mendatang.

Salah satu teori fundamental yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) dimana Davis mengemukakannya pada tahun 1989. Teori ini memberikan bahwa penerimaan teknologi baru dipengaruhi oleh persepsi tentang kegunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Idayanti & Kusumastuti, 2025). Dalam konteks *Fintech Mobile Payment*, aspek PU dan PEOU dapat menciptakan sikap positif terhadap penggunaan pembayaran digital, yang berpotensi mendorong Perilaku Konsumtif jika tidak disertai dengan pengawasan dan pengetahuan keuangan yang cukup.

Selain itu, *Theory of Planned Behavior* juga memberikan kerangka analitis dalam memahami perilaku individu, termasuk perilaku konsumtif. Teori ini menekankan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Dalam konteks literasi keuangan, teori ini memberi landasan bahwa pengetahuan keuangan yang baik seharusnya mendorong perilaku yang bijak dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran, sehingga mampu menahan dorongan konsumtif.

Fintech Mobile Payment didefinisikan sebagai layanan keuangan berbasis digital yang memanfaatkan perangkat seluler untuk memfasilitasi transaksi pembayaran. Yoviani & Nurdiawansyah (2022) menjelaskan bahwa kemudahan dan efisiensi *Fintech Mobile Payment* mampu mengurangi ketergantungan pada uang tunai serta mempermudah transaksi tanpa kontak fisik. Namun, penggunaan yang tidak terkontrol dapat memicu sifat konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang rentan terhadap promosi dan gaya hidup digital (Cheng et al., 2021). Di sisi lain, literasi keuangan mencakup pemahaman individu terhadap konsep finansial, keterampilan dalam pengelolaan uang, serta sikap dalam pengambilan keputusan finansial (Humaidi et al., 2020); (Tarisa & Puspitaningrum, 2025). Pemahaman ini diharapkan dapat menjadi benteng terhadap perilaku konsumtif yang tidak rasional.

Studi sebelumnya mengungkapkan keterkaitan yang beragam di antara ketiga variabel tersebut. Wardani & Adella (2024) dalam risetnya menemukan bahwa pemanfaatan *Fintech Mobile Payment* berdampak positif signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Simarmata et al. (2024) menunjukkan hasil mirip, di mana efek pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif selaras dengan peningkatan konsumsi impulsif. Sebaliknya, literasi keuangan dalam penelitian itu memberikan dampak negatif pada perilaku konsumtif, meski temuan berbeda muncul di kajian Oktaviani et al. (2023) dan Hanafi & Sulistianingih (2025) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan malah berkontribusi pada peningkatan perilaku konsumtif, khususnya saat individu memiliki akses finansial yang luas. Penelitian Al Farisyi (2024) memperkuat ini dengan menyimpulkan bahwa pengetahuan finansial tidak selalu diiringi oleh praktik pengelolaan dana yang baik.

Lebih lanjut, penelitian oleh Abidzar et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan digital wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi keuangan justru memberikan dampak negatif. Hasil ini konsisten dengan temuan Mursalim et al. (2024), yang juga menyatakan bahwa *Fintech Mobile Payment* mendorong peningkatan konsumsi, sedangkan literasi keuangan mampu menurunkan kecenderungan konsumtif. Namun demikian, temuan-temuan tersebut juga menyisakan inkonsistensi, terutama pada

pengaruh literasi keuangan yang belum memberikan hasil yang stabil di berbagai populasi dan konteks penelitian.

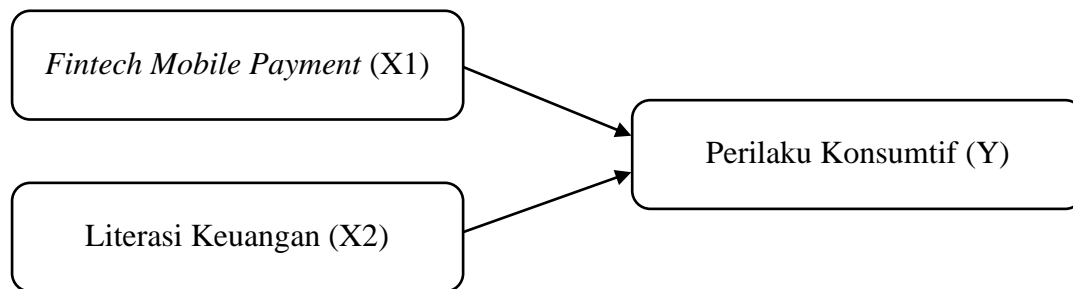
Adanya perbedaan hasil dalam penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan kesenjangan empiris, terutama terkait peran literasi keuangan dalam memoderasi hubungan antara teknologi pembayaran digital dan perilaku konsumtif. Selain itu, sebagian besar studi dilakukan secara umum dan belum banyak yang meneliti secara komparatif berdasarkan bidang studi tertentu seperti akuntansi dan manajemen, yang memiliki paparan kurikulum keuangan berbeda. Gap ini memberikan ruang bagi penelitian saat ini untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh spesifik *Fintech Mobile Payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta pada dua prodi yang berbeda.

Dengan demikian, tinjauan pustaka ini menegaskan bahwa artikel ini berkontribusi dalam mengisi kekosongan riset mengenai keterkaitan antara akses ke teknologi keuangan, tingkat literasi finansial, dan pola konsumsi mahasiswa dalam bingkai pendidikan tinggi. Pendekatan komparatif antar program studi dan pemahaman empiris baru yang dihasilkan diharapkan dapat memperkaya diskursus akademik dan praktik edukasi keuangan digital di Indonesia.

Kerangka Pikir

Di dalam studi ini berikut merupakan kerangka penelitian yang dibuat untuk mempermudah proses penelitian:

Gambar 1. Kerangka Pikir



Hipotesis Penelitian

Prodi Akuntansi

Pengaruh *Fintech Mobile Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Akuntansi

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Fintech Mobile Payment* berkontribusi terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa, sebagaimana ditemukan oleh Wardani & Adella (2024) dan Mursalim et al. (2024), yang menyatakan pengaruh positif signifikan. Sebaliknya, Al Farisyi (2024) mengungkapkan tidak adanya pengaruh signifikan teknologi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989), penggunaan fintech yang dianggap bermanfaat dan mudah diakses berpotensi meningkatkan sikap positif dalam bertransaksi, termasuk pada pembelian impulsif. Oleh karena itu, pada konteks mahasiswa prodi akuntansi, hipotesis ditetapkan:

H_{01} : *Fintech Mobile Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi akuntansi STIE Surakarta.

H_{a1} : *Fintech Mobile Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi akuntansi STIE Surakarta.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Akuntansi Simarmata et al. (2024) mendokumentasikan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) yang menegaskan bahwa pemahaman yang baik mengenai keuangan dapat menciptakan sikap yang lebih rasional dan pengendalian pengeluaran. Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam moderasi perilaku konsumsi mahasiswa, terutama terkait dengan pengelolaan risiko dan keputusan keuangan jangka panjang. Maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Ho₂: Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi akuntansi STIE Surakarta.

Ha₂: Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi akuntansi STIE Surakarta.

Prodi Manajemen

Pengaruh Fintech Mobile Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen

Mahasiswa manajemen umumnya memiliki paparan lebih luas terhadap tren konsumsi dan gaya hidup modern yang memanfaatkan teknologi digital. Hal ini dapat memperkuat pengaruh *Fintech Mobile Payment* dalam meningkatkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, hipotesis untuk mahasiswa prodi manajemen dirumuskan sebagai:

Ho₁: *Fintech Mobile Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen STIE Surakarta.

Ha₁: *Fintech Mobile Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen STIE Surakarta.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen

Meski literasi keuangan diharapkan mampu menekan perilaku konsumtif, beberapa penelitian seperti Oktaviani et al. (2023) dan Al Farisyi (2024) menunjukkan literasi keuangan justru dapat mendorong konsumsi jika tidak diimbangi pengendalian diri. Pada konteks ini, mahasiswa prodi manajemen kemungkinan memiliki pemahaman finansial namun tetap konsumtif seiring bertambahnya akses dan kemampuan keuangan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan:

Ho₂: Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen STIE Surakarta.

Ha₂: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen STIE Surakarta.

Pengaruh Simultan Fintech Mobile Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Apabila penggunaan *Fintech Mobile Payment* dibarengi dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa seharusnya mampu memilih penggunaan layanan keuangan digital secara bijak untuk kebutuhan produktif. Sebaliknya, jika literasi tidak memadai, fintech dapat menjadi sarana yang memudahkan perilaku konsumtif. Hipotesis simultan yang diajukan:

Ho₃: *Fintech Mobile Payment* dan literasi keuangan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta pada kedua prodi.

Ha₃: *Fintech Mobile Payment* dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Surakarta pada kedua prodi.

Hipotesis ini diujikan untuk mengidentifikasi pola hubungan langsung maupun gabungan antara kedua variabel independen dengan perilaku konsumtif, sekaligus membandingkan model empiris berdasarkan perbedaan prodi.

METODE

Desain Penelitian

Studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan rancangan eksplanatori yang melibatkan pemrosesan data berbasis angka atau numerik (Udin & Puspitaningrum, 2025). Pemilihan metode tersebut didorong oleh keperluan untuk menyelidiki keterkaitan sebab-akibat antara variabel independen *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan dengan variabel dependen Perilaku Konsumtif. Pendekatan kuantitatif memfasilitasi pengukuran yang obyektif serta analitis terhadap data numerik melalui verifikasi hipotesis yang telah dibangun secara teoretis, sesuai saran (Sugiyono, 2023).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian terletak di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Surakarta, dengan perhatian khusus pada mahasiswa angkatan 2022 dari program studi Akuntansi dan Manajemen. Kajian ini berlangsung dari bulan Juni hingga November 2024. STIE Surakarta dipilih karena merupakan institusi pendidikan berorientasi ekonomi, di mana mahasiswa memiliki peluang luas untuk mengakses inovasi keuangan seperti *fintech*, serta diperkirakan memiliki pemahaman finansial yang cocok untuk dieksplorasi.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup 446 mahasiswa angkatan 2022 di kedua program studi tersebut. Teknik pengambilan sampel memanfaatkan rumus *Slovin* dengan margin kesalahan 5%, sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 276 responden. Teknik *proportionate stratified random sampling* diterapkan untuk menjamin representasi proporsional dari masing-masing program studi dalam sampel, selaras dengan prinsip sampling acak berstrata yang diuraikan oleh Arikunto (2020).

Pengumpulan Data

Alat penelitian berbentuk kuesioner tertutup dengan *skala Likert* yang menilai variabel *Fintech Mobile Payment*, Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif. Kuesioner diverifikasi validitasnya melalui Corrected Item Total Correlation serta reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha dengan ambang batas minimum 0,70 sebagaimana direkomendasikan oleh (Ghozali, 2018). Semua butir instrumen dinyatakan sah dan andal untuk analisis selanjutnya. Google Form menjadi alat bantu dalam pengumpulan data secara online. Proses pengumpulan dimulai dengan penyampaian detail penelitian kepada responden, disertai persetujuan partisipasi (*informed consent*). Data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan diolah secara statistik.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data mencakup pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t parsial, dan uji F simultan. Pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.0 untuk mendapatkan hasil yang tepat dan standar. Analisis ini ditujukan untuk mengevaluasi dampak

Fintech Mobile Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif baik secara individual maupun bersama-sama, serta membandingkan temuan di antara program studi.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Fintech Mobile Payment</i>	Penggunaan aplikasi keuangan berbasis teknologi digital melalui perangkat mobile untuk memfasilitasi transaksi non-tunai.	Kemudahan, Kecepatan transaksi, Fitur promosi, Frekuensi penggunaan.	Likert
Literasi Keuangan	Kemampuan seseorang untuk memahami konsep-konsep finansial serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan keuangan yang logis.	Pengetahuan dasar keuangan, Pengelolaan keuangan, Sikap terhadap uang.	Likert
Perilaku Konsumtif	Kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa tanpa memikirkan kebutuhan atau kapasitas finansial dalam jangka waktu panjang.	Pembelian impulsif, Ketergantungan pada konsumsi, Gaya hidup hedonis.	Likert

Sumber Data Olahan: 2025

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Tabel 2. Deskripsi Responden

Program Studi	Frekuensi	Persen (%)
Akuntansi	100	36,2
Manajemen	176	63,8
Jumlah	276	100

Sumber Data Olahan: 2025

Jumlah responden untuk prodi akuntansi sebesar 100 orang atau 36,2%. Sisanya merupakan responden dari prodi manajemen, yaitu sebesar 176 orang atau 63,8%.

Prodi Akuntansi

Uji Validitas

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Prodi Akuntansi

Variabel	Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment (X1)</i>	X1.A.1	0,664	0,000	0,1966	Valid
	X1.A.2	0,784			
	X1.A.3	0,708			
	X1.B.1	0,483			
	X1.B.2	0,629			
	X1.B.3	0,669			
	X1.C.1	0,449			
	X1.C.2	0,597			
	X1.C.3	0,516			
	X1.D.1	0,676			

	X1.D.2	0,639			
	X1.D.3	0,477			
Literasi Keuangan (X2)	X2.A.1	0,616	0,000	0,1966	Valid
	X2.A.2	0,690			
	X2.A.3	0,642			
	X2.B.1	0,670			
	X2.B.2	0,720			
	X2.B.3	0,602			
	X2.C.1	0,689			
	X2.C.2	0,589			
	X2.C.3	0,636			
	X2.D.1	0,782			
	X2.D.2	0,629			
	X2.D.3	0,444			
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.A.1	0,574	0,000	0,1966	Valid
	Y.A.2	0,530			
	Y.A.3	0,578			
	Y.B.1	0,714			
	Y.B.2	0,701			
	Y.B.3	0,645			
	Y.C.1	0,735			
	Y.C.2	0,726			
	Y.C.3	0,702			
	Y.D.1	0,819			
	Y.D.2	0,796			
	Y.D.3	0,791			
	Y.E.1	0,805			
	Y.E.2	0,796			
	Y.E.3	0,748			
	Y.F.1	0,761			
	Y.F.2	0,854			
	Y.F.3	0,776			

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, pada program studi akuntansi, seluruh variabel terbukti valid pada butir pertanyaan pertama. Hal ini karena nilai r hitung melebihi r tabel, dan angka sig. lebih kecil dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Prodi Akuntansi

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Fintech Mobile Payment	0,841	Reliabel
Literasi Keuangan	0,868	
Perilaku Konsumtif	0,948	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Dari hasil pengukuran, nilai Cronbach alpha untuk seluruh variabel dalam penelitian ini ternyata di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa kriteria reliabilitas telah terpenuhi sepenuhnya, sehingga semua variabel dapat dianggap andal.

Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Prodi Akuntansi

Nilai <i>Kolmogorov-Smirnov</i>		Keterangan
<i>Asymp Sig. (2-tailed)</i>	0,087	Normal

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Dalam program studi akuntansi, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Dari tabel, nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* adalah 0,087, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data penelitian ini terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas Prodi Akuntansi

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,884	1,131	Non-Multikolinieritas
Literasi Keuangan	0,884	1,131	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Melalui analisis multikolinieritas, variable X1 dan X2 dalam kondisi aman. Terbukti dari nilai *VIF* yang berada di bawah 10, serta nilai *Tolerance* yang melebihi 0,10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas Prodi Akuntansi

Variabel	Nilai <i>Signifikansi</i>	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,119	Homoskedastisitas
Literasi Keuangan	0,473	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Dari tabel hasil, uji Glejser, bahwa variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan adanya homoskedastisitas dengan nilai di atas 0,05.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Prodi Akuntansi

Variabel	B	Std. Error
Konstanta	37,179	14,983
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,566	0,248
Literasi Keuangan	-0,198	0,274

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Persamaan yang diperoleh dari analisis ini adalah $\text{Perilaku Konsumtif} = 37,179 + 0,566X_1 - 0,198X_2 + e$. Dari tabel, nilai konstanta mencapai 37,179, yang menunjukkan angka positif. Ini berarti bahwa jika variabel *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan tetap stabil, maka nilai Y akan meningkat sebanyak 37,179.

Koefisien β_1 bernilai 0,566 dan positif, yang mengindikasikan hubungan langsung antara *Fintech Mobile Payment* dengan Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, setiap kenaikan satu unit pada variabel *Fintech Mobile Payment*, sementara variabel lainnya konstan, akan menyebabkan nilai Y naik sebesar 0,566. Sementara itu, koefisien β_2 sebesar -0,198 dan negatif, yang menunjukkan hubungan terbalik antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif. Akibatnya, setiap peningkatan satu unit pada variabel Literasi Keuangan, dengan variabel lain tetap, akan membuat nilai Y turun sebanyak 0,198.

Uji T

Tabel 9. Hasil Uji T Prodi Akuntansi

Variabel	t Hitung	T Tabel.	Sig.	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	2,284	1,984	0,025	Berpengaruh Signifikan
Literasi Keuangan	-0,724	1,984	0,471	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Untuk hipotesis pertama, dampak *Fintech Mobile Payment* terhadap Perilaku Konsumtif tercatat sebesar 2,284, yang berarti $2,284 > 1,984$, dan tingkat signifikansi adalah $0,025 < 0,05$. Ini menyimpulkan bahwa secara parsial, Perilaku Konsumtif dipengaruhi positif dan signifikan oleh *Fintech Mobile Payment*, sehingga H_01 ditolak dan H_1 diterima.

Pada hipotesis kedua, pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif adalah -0,724, yang menunjukkan $0,724 < 1,984$, dengan nilai signifikansi $0,471 > 0,05$. Artinya, secara parsial, Literasi Keuangan berdampak negatif namun tidak signifikan pada Perilaku Konsumtif. Oleh karena itu, H_02 ditolak dan H_a2 juga ditolak karena hasil analisis tidak menunjukkan signifikansi.

Uji F

Tabel 10. Hasil Uji F Prodi Akuntansi

F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
2,609	3,09	0,079	Mempunyai pengaruh bermakna

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Dari hasil uji simultan, nilai F hitung yang diperoleh adalah 2,609. Ini menunjukkan bahwa F hitung lebih rendah daripada F tabel, yaitu $2,609 < 3,09$, dengan tingkat signifikansi (sig.) sebesar 0,000, yang berarti $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa STIE Surakarta program studi akuntansi. Oleh karena itu, H_0 diterima.

Koefisien Determinan (R Square)

Dari hasil analisis regresi, Koefisien Determinan atau R Square menunjukkan angka 0,051. Angka ini menyiratkan bahwa pengaruh variabel *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan pada Perilaku Konsumtif hanya berkontribusi sebesar 5,1%. Adapun sisa 94,9% dari variasi tersebut disebabkan oleh elemen-elemen luar yang tidak termasuk dalam fokus kajian ini.

Prodi Manajemen

Uji Validitas

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Prodi Manajemen

Variabel	Item	R Hitung	Sig. (2-tailed)	R Tabel	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment (X1)</i>	X1.A.1	0,775	0,000	0,148	Valid
	X1.A.2	0,750			
	X1.A.3	0,529			
	X1.B.1	0,482			
	X1.B.2	0,683			
	X1.B.3	0,748			
	X1.C.1	0,665			
	X1.C.2	0,693			
	X1.C.3	0,605			
	X1.D.1	0,767			
	X1.D.2	0,767			
	X1.D.3	0,751			
	Literasi Keuangan (X2)	X2.A.1			
X2.A.2		0,621			
X2.A.3		0,580			
X2.B.1		0,587			
X2.B.2		0,734			
X2.B.3		0,649			
X2.C.1		0,718			
X2.C.2		0,728			
X2.C.3		0,767			
X2.D.1		0,794			
X2.D.2		0,697			
X2.D.3		0,633			
Perilaku Konsumtif (Y)		Y.A.1	0,679	0,000	0,148
	Y.A.2	0,612			
	Y.A.3	0,602			
	Y.B.1	0,657			
	Y.B.2	0,675			
	Y.B.3	0,707			
	Y.C.1	0,870			
	Y.C.2	0,876			
	Y.C.3	0,792			
	Y.D.1	0,857			
	Y.D.2	0,871			
	Y.D.3	0,871			
	Y.E.1	0,863			
	Y.E.2	0,840			
	Y.E.3	0,761			
	Y.F.1	0,791			
	Y.F.2	0,816			
	Y.F.3	0,780			

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Hasil pengujian validitas pada program studi manajemen menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk variabel terbukti sah. Hal ini terlihat dari nilai r hitung yang lebih tinggi daripada r tabel sebesar 0,148, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Prodi Manajemen

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,896	Reliabel
Literasi Keuangan	0,891	
Perilaku Konsumtif	0,962	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Dalam pengujian reliabilitas, nilai Cronbach Alpha untuk seluruh variabel. Ini berarti semua variabel tersebut memiliki nilai di atas 0,70, sehingga dapat dinyatakan sebagai instrumen yang dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Tabel 13. Hasil Uji Normalitas Prodi Manajemen

Variabel	Mean	<i>Std. Deviation</i>	Koefisien Varians
<i>Fintech Mobile Payment</i>	52,77	5,727	10,85%
Literasi Keuangan	52,77	5,290	10,02%
Perilaku Konsumtif	75,25	12,035	15,99%

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Untuk uji normalitas yang diterapkan pada program studi manajemen, digunakan koefisien varians. Dari analisis data, koefisien varians diperoleh dengan membagi standar deviasi terhadap rata-rata. Pada ketiga variabel, nilai koefisien varians berada di bawah 30%, yang cukup menunjukkan bahwa data semua variabel terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 14. Hasil Uji Multikolinearitas Prodi Manajemen

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,547	1,827	Non-Multikolinearitas
Literasi Keuangan	0,547	1,827	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Pada variabel *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan, nilai toleransi adalah 0,547 yang melebihi 0,100, sementara nilai VIF sebesar 1,827 yang kurang dari 10. Berdasarkan hasil analisis multikolinearitas, tidak ada 145ndepen tindih antara variabel independent dan dependen dalam menjelaskan Perilaku Konsumtif, sehingga tidak menunjukkan adanya masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 15. Hasil Uji Heteroskedastisitas Prodi Manajemen

Variabel	Nilai <i>Signifikansi</i>	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,734	Homoskedastisitas
Literasi Keuangan	0,764	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Melalui uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser pada program studi manajemen, nilai signifikansi untuk variabel *Fintech Mobile Payment* adalah 0,734 yang lebih besar dari 0,05. Begitu pula, nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 0,764 yang juga di atas 0,05, yang menandakan bahwa semua variabel independen menunjukkan homoskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 16. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Prodi Manajemen

Variabel	B	Std. Error
Konstanta	-11,145	7,032
<i>Fintech Mobile Payment</i>	0,758	0,157
Literasi Keuangan	0,883	0,170

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Persamaan yang diperoleh dari analisis ini adalah Perilaku Konsumtif = $-11,145 + 0,758X_1 + 0,883X_2 + e$. Konstanta bernilai -11,145, yang bermakna bahwa apabila nilai variabel Perilaku Konsumtif tetap stabil tanpa pengaruh *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan, maka tingkat Perilaku Konsumtif akan berada pada angka -11,145. Nilai 146egative ini menunjukkan bahwa meskipun tanpa kontribusi dari *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan, perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa program studi manajemen cenderung rendah.

Koefisien β_1 mencapai 0,758 dan bersifat positif, yang mengindikasikan keterkaitan langsung antara *Fintech Mobile Payment* dengan Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, setiap kenaikan satu unit pada nilai *Fintech Mobile Payment* akan meningkatkan nilai Perilaku Konsumtif sebesar 0,758, asalkan variabel lainnya tidak berubah.

Koefisien β_2 adalah 0,566 dan juga positif, yang menunjukkan hubungan searah antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif. Oleh karena itu, setiap peningkatan satu unit pada nilai Literasi Keuangan akan menaikkan nilai Y sebesar 0,883, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Uji T

Tabel 17. Hasil Uji T Prodi Manajemen

Variabel	t Hitung	T Tabel.	Sig.	Keterangan
<i>Fintech Mobile Payment</i>	4,819	1,973	0,000	Berpengaruh Siginfikan
Literasi Keuangan	5,187	1,973	0,000	

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Nilai t hitung yang diperoleh untuk variabel *Fintech Mobile Payment* adalah 4,819, angka ini melebihi t tabel yang sebesar 1,973, dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah 0,05. Secara individual, *Fintech Mobile Payment* menunjukkan dampak positif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif mahasiswa program studi manajemen, sehingga H_{a1} diterima dalam kajian ini.

Untuk variabel Literasi Keuangan, t hitung mencapai 5,187, yang melampaui t tabel sebesar 1,973, dan signifikansinya adalah 0,000 kurang dari 0,05. Dengan kata lain, secara parsial,

Literasi Keuangan memberikan pengaruh positif dan bermakna terhadap Perilaku Konsumtif. Akibatnya, dalam penelitian ini, Ho2 ditolak dan Ha2 diterima dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 18. Hasil Uji F Prodi Manajemen

F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
76,503	3,050	0,000	Mempunyai pengaruh bermakna

Sumber Data Olahan Primer: 2025

Analisis menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 76,503, yang lebih besar daripada F tabel yaitu $76,503 > 3,050$, dengan signifikansi sebesar 0,000 yang di bawah 0,05. Oleh sebab itu, uji F menyatakan bahwa secara simultan, variabel Fintech Mobile Payment dan Literasi Keuangan memberikan kontribusi signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di STIE Surakarta program studi manajemen.

Uji Koefisien Determinan (R Square)

Koefisien Determinasi atau R Square yang didapat adalah 0,469, yang sama dengan 46,9%. Ini menunjukkan bahwa bagian dari variabel Fintech Mobile Payment dan Literasi Keuangan dalam penelitian ini berkontribusi sebesar 46,9%, sementara 53,1% sisanya dipengaruhi oleh elemen-elemen lain di luar variabel yang dikaji.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Fintech Mobile Payment Terhadap Perilaku Konsumtif

Analisis data yang telah diproses menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif mahasiswa STIE Surakarta, baik di program studi akuntansi maupun manajemen, dipengaruhi secara positif dan bermakna oleh pemanfaatan *Fintech Mobile Payment*. Hal ini terjadi karena *Fintech Mobile Payment* menawarkan kemudahan serta kecepatan dalam melakukan transaksi, yang mendorong mahasiswa untuk bertransaksi lebih sering, termasuk pembelian spontan yang tidak terencana (Wardani & Adella, 2024). Selain itu, insentif seperti *cashback*, potongan harga, dan program penghargaan dari penyedia fintech menjadi motivator kuat bagi mahasiswa untuk menggunakan layanan ini. Faktor sosial juga memperkuat Perilaku Konsumtif mahasiswa, di mana ketergantungan pada teknologi digital dan kecemasan ketinggalan tren (FOMO) mendorong mereka mengadopsi pola hidup konsumtif yang difasilitasi oleh pembayaran mobile. Meski demikian, mahasiswa perlu terus membangun Literasi Keuangan agar penggunaan fintech tidak menyebabkan pemborosan, melainkan dapat dikelola dengan hati-hati untuk menjaga stabilitas keuangan pribadi (Mursalim et al., 2024).

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam penilaian variabel ini, bagi mahasiswa STIE Surakarta jurusan akuntansi, Literasi Keuangan menghasilkan efek negatif yang tidak signifikan pada Perilaku Konsumtif. Hal tersebut menggambarkan bahwa pemahaman mendalam seseorang tentang konsep dan pengaturan uang belum tentu mengubah bagaimana individu mengelola pengeluarannya. Di sisi lain, pada mahasiswa jurusan manajemen, Literasi Keuangan menimbulkan dampak positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, yang menandakan bahwa mereka dengan Literasi Keuangan yang tinggi cenderung menunjukkan Perilaku Konsumtif yang lebih besar.

Banyak orang yang memiliki pemahaman cukup tentang pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan, tetapi tetap melakukan konsumsi berlebihan akibat pengaruh

emosional, sosial, dan gaya hidup. Dengan kata lain, Perilaku Konsumtif lebih sering ditentukan oleh dorongan psikologis dan lingkungan social (Abidzar et al., 2023). Faktor tambahan seperti penghasilan, kondisi ekonomi, dan dampak media sosial dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif seseorang, meskipun mereka memiliki pengetahuan finansial yang cukup (Simarmata et al., 2024). Oleh karena itu, upaya meningkatkan Literasi Keuangan sebaiknya disertai dengan pendidikan yang fokus pada perubahan perilaku, sehingga pengetahuan yang dimiliki tidak hanya teoritis, tetapi juga mampu mengubah pola konsumsi menjadi lebih logis dan terstruktur.

Perbedaan Perilaku Konsumtif

Dari temuan analisis penelitian, terungkap adanya variasi dalam Perilaku Konsumtif antara mahasiswa jurusan akuntansi dan mahasiswa jurusan manajemen angkatan 22. Perbedaan utama terpusat pada dampak Literasi Keuangan. Di kalangan mahasiswa akuntansi, Literasi Keuangan menimbulkan pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, yang mengisyaratkan bahwa wawasan keuangan umumnya mendukung mereka untuk bertindak lebih arif saat berbelanja, meskipun efeknya belum cukup mendalam. Sementara itu, pada mahasiswa manajemen, Literasi Keuangan menghasilkan dampak positif dan bermakna, yang menandakan bahwa walaupun mereka memiliki Literasi Keuangan yang solid, mereka masih menunjukkan kecenderungan Perilaku Konsumtif yang tinggi. Secara keseluruhan, hal ini menekankan bahwa *Fintech Mobile Payment*, Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif saling terkait dalam konteks perbedaan jurusan, di mana pemahaman finansial tidak selalu sejalan dengan pengendalian pengeluaran.

Secara simultan, pada program studi akuntansi, penggunaan *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan tidak memberikan dampak yang signifikan, sedangkan pada program studi manajemen, keduanya berpengaruh secara signifikan. Ini mengindikasikan bahwa Perilaku Konsumtif mahasiswa manajemen lebih banyak dijelaskan oleh *Fintech Mobile Payment* dan Literasi Keuangan dibandingkan dengan mahasiswa program studi akuntansi.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *Fintech Mobile Payment* secara konsisten meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa, baik pada prodi akuntansi maupun manajemen. Efek literasi keuangan tampak berbeda antar prodi: pada mahasiswa akuntansi pengaruhnya negatif namun tidak signifikan, sedangkan pada mahasiswa manajemen justru positif dan signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan tidak selalu berfungsi sebagai mekanisme pengendali konsumsi, melainkan dapat beroperasi secara berbeda bergantung pada karakteristik akademik dan lingkungan belajar masing-masing program studi.

Secara teoritis, temuan ini memperluas pemahaman terhadap penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil yang tidak selaras antara manfaat teknologi dan perilaku aktual pengguna mengindikasikan bahwa kemudahan teknologi dapat menggeser fungsi utilitas menjadi pemicu perilaku konsumtif. Temuan diferensial pada literasi keuangan juga memperlihatkan bahwa pengetahuan finansial belum tentu secara otomatis terinternalisasi

dalam bentuk perilaku; faktor sosial, gaya hidup, dan dinamika psikologis tampaknya memiliki peran lebih dominan.

Secara praktis, penelitian ini menegaskan pentingnya edukasi keuangan yang tidak berhenti pada aspek pengetahuan, tetapi juga menyentuh aspek kontrol diri, sikap finansial, dan intervensi berbasis perilaku. Selain itu, penyedia layanan fintech dan institusi pendidikan dapat memanfaatkan temuan ini untuk merancang program mitigasi risiko konsumtif, khususnya bagi mahasiswa yang intens menggunakan layanan pembayaran digital.

Kontribusi ilmiah penelitian ini terletak pada pemetaan perbedaan efek *Fintech Mobile Payment* dan literasi keuangan menurut program studi, yang sebelumnya belum banyak dieksplorasi. Penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai variabilitas pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, sekaligus mengungkap adanya konteks-konteks tertentu di mana literasi keuangan tidak bertindak sebagai faktor protektif.

Untuk penelitian selanjutnya, diperlukan eksplorasi lebih dalam mengenai faktor psikologis seperti impulsivitas, kontrol diri, FOMO, dan gaya hidup, mengingat kontribusi variabel fintech dan literasi keuangan masih terbatas dalam menjelaskan perilaku konsumtif. Penelitian lanjutan juga dapat memasukkan variabel moderasi seperti jenis pendapatan, lingkungan pergaulan, maupun intensitas penggunaan media sosial agar model prediksi perilaku konsumtif menjadi lebih komprehensif dan akurat.

REFERENSI

- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). INFLUENCE OF DIGITAL WALLETS AND FINANCIAL LITERACY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS IN SURAKARTA CITY. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 7(2), 259–267. <https://doi.org/https://doi.org/10.23969/oikos.v7i2.6439>
- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2(50), 179–221.
- Al Farisyi, M. Z. (2024). *PENGARUH FINTECH E-WALLET DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)*.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Bisnis.com. (2025). *Warga RI Makin Gempar Transaksi Digital, Pembayaran Via M-Banking Hingga QRIS Melesat*. Bisnis.Com.
- Cheng, N. T. Y., Fong, L. H. N., & Law, R. (2021). Mobile payment technology in hospitality and tourism: a critical review through the lens of demand, supply and policy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(10), 3636–3660. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2021-0261>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 3(13), 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Firdaus, A. (2024). *Strategi literasi keuangan generasi muda*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pengelolaan Pembiayaan Dan Risiko. <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/kajian-artikel>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, A. N., & Sulistianingih, H. (2025). Pengaruh Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang. *Journal of Business Economics and Management*, 1(3), 551–557.
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Riska, A., & Kautsar, A. (2020). *The Effect of Financial Technology , Demography , and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya , Indonesia*. 6(1), 77–81. <https://doi.org/10.31695/IJASRE.2020.33604>
- Idayanti, L. D. K., & Kusumastuti, D. W. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Persepsi Risiko dan Pendapatan terhadap Kepuasan Investasi Mahasiswa STIE Surakarta*. 31(November).
- Julianda, M. A. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan E-wallet Terhadap Perilaku onsumtif Belanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi)*. <https://doi.org/https://repository.unja.ac.id/id/eprint/64599>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITAL PAYMENT, DAN LIFESTYLE TERHADAP PERILAKU KOMSUTIF MAHASISWA. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 2685–2349. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>
- OJK. (2025). *Literasi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT, DAN SELF CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI*. 12(1), 462–475. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v12i01.53965>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Tarisa, P., & Puspitaningrum, D. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Persepsi Manfaat, dan Financial Literacy terhadap Minat Penggunaan E-wallet pada Generasi Z di Kabupaten Boyolali. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 466–482. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jumbiku.v5i3.6102>
- Udin, Y. R., & Puspitaningrum, D. (2025). *BIJMT : Brilliant International Journal Of Bankruptcy Prediction of E-Commerce Companies on IDX Using Altman Z-Score , Springate , and Zmijewski*.
- Wardani, & Adella, L. (2024). *Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment dan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa/I*

Jurusan Manajemen Universitas Medan Area).
<https://repositori.uma.ac.id/jspui/handle/123456789/25649>

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://doi.org/https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.702>