



***PENGARUH FINANCIAL LITERACY, FINTECH E-WALLET DAN
FINANCIAL ATTITUDE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SLAMET
RIYADI SURAKARTA***

Elsa Septiana Putri

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Dorothea Ririn Indriastuti

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

elshaseptianaputri@gmail.com

Abstrak. *This study aims to analyze (1) the significance of the effect of financial literacy on consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (2) the significance of the effect of fintech e-wallet on consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (3) the significance of the effect of financial attitude on consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (4) the significance of the effect simultaneously of financial literacy, fintech e-wallet and financial attitude on consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta. The data used in this research is quantitative, collected through respondents' answers, which were converted into a Likert scale. The primary data source was obtained through questionnaires. The total population of this study consisted of 2,188 active students in the odd semester of 2024 at the Faculty of Economics and Business, UNISRI. A sample of 100 respondents was determined using the Slovin formula with a Purposive Sampling technique. The data analysis technique used is regression analysis multiple linear, t test, F test, and coefficient of determination (R²) test. The results showed that (1) financial literacy has significant effect on the consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (2) fintech e-wallet has significant effect on the consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (3) financial attitude has significant effect on the consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta, (4) financial literacy, fintech e-wallet and financial attitude simultaneously has significant effect on the consumptive behavior of Slamet Riyadi University in Surakarta.*

Keywords: *Financial Literacy, Fintech E-Wallet, Financial Attitude and Consumption Behavior.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis (1) signifikansi pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, (2) signifikansi pengaruh *fintech e-wallet* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, (3) signifikansi pengaruh *financial attitude* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. (4) signifikansi pengaruh secara simultan *financial literacy*, *fintech e-wallet* dan *financial attitude* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa jawaban dari responden yang diubah dalam skala likert. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuisioner. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 2.188 mahasiswa aktif semester gasal tahun 2024 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden menggunakan rumus Solvin dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, (2)

fintech e-wallet berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, (3) *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta, (4) *financial literacy*, *fintech e-wallet* dan *financial attitude* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Kata kunci: *Financial Literacy*, *Fintech E-Wallet*, *Financial Attitude* dan Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola konsumsi masyarakat. Kemajuan teknologi dan digitalisasi yang terjadi di era industri 4.0 telah memberikan kemudahan bagi individu dalam mengakses berbagai produk dan layanan secara online. Fenomena ini tidak hanya berdampak pada pola konsumsi masyarakat secara umum, tetapi juga pada mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital. Perubahan gaya hidup yang semakin dinamis serta kemudahan akses terhadap berbagai barang dan jasa melalui internet telah mendorong munculnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Kemudahan akses internet yang semakin luas telah menjadikan e-commerce sebagai salah satu sektor yang berkembang pesat di Indonesia. Berbagai platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, dan Lazada menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih praktis, efisien, serta menarik melalui berbagai promosi dan diskon yang ditawarkan. Berdasarkan data dari Goodstats (2024), Shopee menjadi platform e-commerce yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, disusul oleh Tokopedia dan TikTok Shop. Keberadaan e-commerce telah mengubah kebiasaan belanja masyarakat dari yang sebelumnya dilakukan secara konvensional menjadi transaksi digital yang lebih fleksibel dan cepat.

Selain e-commerce, perkembangan teknologi keuangan atau financial technology (fintech) juga berperan dalam mendukung tren konsumtif di kalangan mahasiswa. Fintech, terutama dalam bentuk e-wallet, memberikan kemudahan bagi pengguna dalam melakukan transaksi tanpa uang tunai. Menurut data dari Datadoks (2023), e-wallet menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase mencapai 84,3%, disusul oleh virtual account (61,4%) dan transfer bank (47,8%). Beberapa jenis layanan e-wallet yang populer di kalangan mahasiswa antara lain Gopay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Kemudahan penggunaan e-wallet, yang sering kali disertai dengan berbagai promosi menarik seperti cashback, diskon, dan bebas ongkir, mendorong mahasiswa untuk semakin konsumtif tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Di sisi lain, literasi keuangan memiliki peran penting dalam mengelola keuangan pribadi, terutama bagi mahasiswa yang sebagian besar masih bergantung pada dukungan finansial dari orang tua. Literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan mahasiswa mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan mereka, yang pada akhirnya meningkatkan risiko perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Berdasarkan Survei

Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, tingkat literasi keuangan mahasiswa Indonesia mencapai 65,43%, sementara tingkat inklusi keuangan mencapai 75,02%. Meskipun angka literasi keuangan mengalami peningkatan, masih banyak mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran dan tidak memiliki kebiasaan menabung atau berinvestasi untuk masa depan.

Selain literasi keuangan, financial attitude atau sikap keuangan juga menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Financial attitude mencerminkan bagaimana seseorang memandang dan mengelola keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki financial attitude yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya, sementara mahasiswa yang memiliki sikap keuangan yang buruk lebih rentan terhadap pembelian impulsif dan perilaku konsumtif. Menurut penelitian Murni & Sandari (2024), terdapat hubungan signifikan antara financial attitude dan perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik sikap keuangan seseorang, semakin rendah tingkat konsumtif mereka.

Dalam konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta, fenomena perilaku konsumtif menjadi perhatian yang penting. Banyak mahasiswa yang kurang memiliki perencanaan keuangan yang baik, sehingga sering kali lebih mengutamakan pemenuhan gaya hidup daripada kebutuhan primer. Penggunaan fintech e-wallet yang semakin luas juga turut mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi, yang sering kali berujung pada pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan mereka. Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh platform e-commerce dan fintech menjadi salah satu faktor utama yang memicu peningkatan konsumsi di kalangan mahasiswa.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Fahrianisa et al. (2025) menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, sementara penelitian lainnya seperti yang dilakukan oleh Ambarsari & Asandimitra (2023) menunjukkan hasil yang berlawanan. Begitu pula dengan penelitian terkait pengaruh fintech e-wallet terhadap perilaku konsumtif, di mana sebagian penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Dengan adanya hasil penelitian yang masih bervariasi, penelitian ini berusaha untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh literasi keuangan, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah literasi keuangan, fintech e-wallet, dan financial attitude memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik serta membantu mereka dalam memahami dampak dari penggunaan fintech e-

wallet terhadap perilaku konsumsi mereka. Dengan adanya pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka dan menghindari dampak negatif dari konsumsi yang berlebihan.

KAJIAN TEORI

Penelitian ini berfokus pada pengaruh financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam penggunaan e-commerce Shopee. Dalam menganalisis hubungan antara variabel-variabel tersebut, beberapa teori yang mendukung penelitian ini mencakup teori manajemen keuangan, Theory of Planned Behavior (TPB), teori perilaku konsumtif, teori literasi keuangan, teori financial technology (fintech e-wallet), dan teori financial attitude. Selain itu, penelitian sebelumnya yang relevan juga dikaji untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait dengan topik penelitian ini.

1. Teori Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, dan pengawasan sumber daya keuangan dalam suatu organisasi atau individu untuk mencapai tujuan finansial (Aziz et al., 2023). Fungsi utama manajemen keuangan mencakup perolehan dana, pengalokasian sumber daya, serta pengelolaan risiko keuangan. Dalam konteks individu, manajemen keuangan pribadi menjadi faktor penting dalam mengelola keuangan dengan bijak, terutama bagi mahasiswa yang masih berada dalam tahap pembelajaran mengenai keuangan pribadi mereka.

Menurut Ompusunggu & Nanda (2023), manajemen keuangan memiliki beberapa peran utama, seperti mengelola dan mengalokasikan dana dengan efisien, mempertahankan kesehatan keuangan, serta mengambil keputusan investasi yang bijaksana. Mahasiswa yang memiliki keterampilan dalam manajemen keuangan cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

2. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Ajzen (1991) dan menjelaskan bagaimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu attitude toward behavior (sikap terhadap perilaku), subjective norm (norma subjektif), dan perceived behavioral control (kontrol perilaku yang dirasakan).

- Attitude toward behavior mengacu pada bagaimana individu mengevaluasi perilaku tertentu, apakah positif atau negatif. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap konsumsi yang bijak lebih cenderung mengontrol pengeluaran mereka.

- Subjective norm berhubungan dengan tekanan sosial yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu, seperti pengaruh teman sebaya dan lingkungan kampus dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa.
- Perceived behavioral control mencerminkan sejauh mana seseorang merasa memiliki kendali atas tindakannya. Mahasiswa yang merasa memiliki kontrol lebih terhadap keuangan pribadi mereka cenderung lebih bijak dalam mengelola keuangan dibandingkan dengan mereka yang kurang memiliki pemahaman finansial.

Teori ini memberikan landasan bahwa literasi keuangan, sikap keuangan, dan penggunaan e-wallet dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Teori Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang dalam membeli barang dan jasa bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih karena keinginan (Yudasella & Krisnawati, 2019). Perilaku konsumtif sering kali terjadi akibat adanya dorongan internal dan eksternal, seperti kemudahan akses terhadap e-commerce dan adanya promosi menarik yang ditawarkan oleh platform digital. Menurut Afifah & Yudiantoro (2022), perilaku konsumtif pada mahasiswa cenderung lebih tinggi karena adanya faktor usia, pengaruh teman, serta kemudahan bertransaksi menggunakan teknologi keuangan digital seperti e-wallet. Selain itu, faktor internal seperti motivasi, persepsi, serta kepribadian seseorang juga turut mempengaruhi kecenderungan seseorang dalam berperilaku konsumtif.

4. Teori Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pemahaman, keterampilan, serta keyakinan individu dalam mengelola keuangan mereka secara bijak (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Menurut Mukmin et al. (2021), literasi keuangan melibatkan aspek pengetahuan keuangan dasar, kemampuan mengelola simpanan dan pinjaman, pemahaman terhadap investasi, serta kesadaran mengenai perlindungan keuangan melalui asuransi. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam mengelola keuangan mereka dan lebih sedikit terpengaruh oleh perilaku konsumtif (Fahrinanisa et al., 2025). Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena kurang memahami konsep pengelolaan keuangan yang sehat.

Berdasarkan kajian teori dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, fintech e-wallet, dan financial attitude memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Namun, masih terdapat perbedaan hasil penelitian terkait seberapa besar pengaruh dari masing-masing faktor tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan analisis lebih lanjut mengenai hubungan antara literasi keuangan, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berlandaskan pada filsafat positivisme, di mana data dikumpulkan melalui instrumen penelitian berupa kuesioner dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta, yang berjumlah 2.188 mahasiswa. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin, dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa yang aktif menggunakan e-wallet dalam transaksi keuangan mereka serta berbelanja melalui platform e-commerce Shopee.

Variabel penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude, serta variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Financial literacy diukur berdasarkan indikator pengetahuan keuangan dasar, kebiasaan menabung dan meminjam, proteksi keuangan, serta investasi. Fintech e-wallet diukur berdasarkan indikator ketersediaan dan kepopuleran, fitur dan fungsi, keamanan, biaya dan tarif, layanan pelanggan, serta reputasi dan kepercayaan. Financial attitude diukur melalui indikator seperti obsesi terhadap uang, kekuasaan dalam penggunaan uang, usaha memperoleh uang, perasaan ketidakcukupan finansial, kebiasaan menabung, serta pandangan mengenai keamanan finansial. Sementara itu, perilaku konsumtif diukur berdasarkan kebiasaan membeli barang karena potongan harga, daya tarik produk, faktor merek, serta dorongan untuk menjaga status sosial.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala Likert dengan lima tingkat penilaian. Selain itu, dilakukan observasi untuk memperoleh gambaran langsung mengenai perilaku konsumtif mahasiswa di lingkungan kampus. Uji validitas dilakukan dengan metode product moment Pearson, sementara uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, yang bertujuan untuk menguji pengaruh financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik, yang meliputi uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji normalitas. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t (uji parsial) dan uji F (uji simultan) untuk melihat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan kesadaran finansial dan pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan program studi.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	16	16%
Perempuan	84	84%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan persentase sebesar 84%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-20 Tahun	6	6%
>20 Tahun	94	94%
Total	100	100%

Sebagian besar responden berada dalam kategori usia lebih dari 20 tahun, dengan persentase sebesar 94%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi	Jumlah	Persentase (%)
Manajemen	79	79%
Akuntansi	21	21%
Total	100	100%

Mayoritas responden berasal dari Program Studi Manajemen dengan persentase sebesar 79%.

B. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan Pearson Correlation Product Moment, seluruh item pernyataan pada variabel financial

literacy, fintech e-wallet, financial attitude, dan perilaku konsumtif memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dinyatakan valid.

Item Kuesioner	ρ -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
	0,000	$\alpha = 0,05$	

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diukur dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, sehingga seluruh instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0,755	0,60	Reliabel
<i>Fintech E-Wallet</i> (X2)	0,875	0,60	Reliabel
<i>Financial Attitude</i> (X3)	0,740	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,789	0,60	Reliabel

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai tolerance untuk semua variabel $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , yang menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi ini.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Financial Literacy</i>	,793	1,261
	<i>Fintech E-Wallet</i>	,678	1,476
	<i>Financial Attitude</i>	,689	1,452
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			

2. Uji Autokorelasi

Hasil pengujian dengan Run Test menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,688 > 0,05, yang berarti data tidak mengalami autokorelasi.

Runs Test	
Unstandardized Residual	
Test Value ^a	,03162
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	53
Z	,402
Asymp. Sig. (2-tailed)	,688
a. Median	

3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji Glejser menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	Std.				
	B	Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4,646	1,346		3,453	,001
<i>Financial Literacy</i>	-,114	,078	-,164	-1,464	,147
<i>Fintech E-Wallet</i>	-,040	,053	-,091	-,754	,453
<i>Financial Attitude</i>	-,001	,043	-,003	-,023	,982
a. Dependent Variable: : ABRESID					

D. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized		Standardized		
	Coefficients		Coefficients		
	Std.				
	B	Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	- 1,425	2,146		-,664	,508
<i>Financial Literacy</i>	,266	,124	,164	2,141	,035
<i>Fintech E-Wallet</i>	,294	,084	,288	3,480	,001
<i>Financial Attitude</i>	,384	,069	,457	5,562	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel di atas, semua variabel independen memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, yang menunjukkan bahwa financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

E. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa adjusted R^2 sebesar 0,539, yang berarti bahwa 53,9% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude, sedangkan sisanya 46,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,744 ^a	,553	,539	2,347
a. Predictors: (Constant), Financial Attitude, Financial Literacy, Fintech E-Wallet				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

F. Pembahasan

1. Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif

Financial literacy memiliki peran yang penting dalam mengelola keuangan individu, terutama dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, financial literacy berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan nilai signifikansi 0,035 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula cara mereka dalam mengatur keuangan dan menghindari pengeluaran yang bersifat impulsif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrianisa et al. (2025) yang menunjukkan bahwa individu yang memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai keuangan cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya. Literasi keuangan memungkinkan seseorang untuk memahami konsep dasar keuangan, seperti investasi, tabungan, dan pengelolaan pengeluaran, sehingga mereka lebih mampu membuat keputusan finansial yang rasional. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti iklan dan tren sosial, yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif.

Dari temuan ini, disarankan agar mahasiswa lebih memperdalam pemahaman mereka mengenai keuangan, terutama dalam aspek perencanaan keuangan dan investasi. Kampus dan institusi terkait dapat berperan aktif dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa dengan menyelenggarakan seminar atau pelatihan terkait manajemen keuangan. Dengan demikian, mahasiswa dapat lebih memahami pentingnya mengelola keuangan dengan bijak dan menghindari perilaku konsumtif yang tidak perlu.

2. Pengaruh Fintech E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Selain literasi keuangan, penggunaan fintech e-wallet juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran, semakin besar kemungkinan mereka untuk menjadi lebih konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Oktary & Wardhani (2024) yang menunjukkan bahwa e-wallet telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta berbagai promosi menarik seperti cashback, diskon, dan fitur pembayaran cicilan (pay later) menjadi faktor utama yang membuat mahasiswa lebih sering melakukan pembelian, bahkan untuk barang yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.

Salah satu aspek utama yang membuat e-wallet meningkatkan perilaku konsumtif adalah kemudahan transaksi yang ditawarkan. Patricia et al. (2023) menyebutkan bahwa dengan adanya e-wallet, individu tidak lagi perlu membawa uang tunai, sehingga mereka cenderung kurang mempertimbangkan jumlah uang yang dikeluarkan. Hal ini diperkuat oleh studi yang dilakukan oleh Arifa et al. (2024), yang menemukan bahwa mahasiswa lebih cenderung melakukan pembelian impulsif ketika menggunakan metode pembayaran digital dibandingkan dengan uang tunai.

Dari hasil penelitian ini, penting bagi mahasiswa untuk lebih bijak dalam menggunakan e-wallet. Meskipun teknologi ini memberikan banyak manfaat, seperti kemudahan dalam bertransaksi, namun penggunaannya yang tidak terkontrol dapat meningkatkan pengeluaran yang tidak perlu. Disarankan agar mahasiswa lebih selektif dalam memanfaatkan fitur e-wallet dan lebih sadar akan dampak jangka panjang dari kebiasaan konsumtif yang tidak terkontrol.

3. Pengaruh Financial Attitude terhadap Perilaku Konsumtif

Financial attitude memiliki pengaruh paling besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa sikap seseorang terhadap uang secara signifikan memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Semakin baik sikap individu terhadap pengelolaan keuangan, semakin rendah kecenderungan mereka untuk terjebak dalam perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Rahaayuningsih & Prihastuty (2021) yang menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap uang memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana mereka mengelola keuangan mereka. Individu yang memiliki sikap finansial yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang dan lebih cenderung menyalurkan dana untuk tabungan atau investasi. Sebaliknya, mereka yang memiliki sikap finansial yang buruk lebih rentan terhadap pengeluaran impulsif dan cenderung menghabiskan uang mereka untuk keinginan daripada kebutuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ambarsari & Asandimitra (2023) juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa semakin tinggi money attitude seseorang, semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mereka. Sikap terhadap uang yang tidak terkendali, seperti anggapan bahwa uang dapat menyelesaikan semua masalah atau bahwa memiliki barang-barang bermerek dapat meningkatkan status sosial, menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Selain itu, faktor psikologis juga berperan dalam membentuk sikap finansial seseorang. Rohmanto & Susanti (2021) menyebutkan bahwa individu yang memiliki rasa tidak puas terhadap kondisi finansial mereka cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif sebagai bentuk kompensasi. Hal ini juga didukung oleh penelitian Oktaviani et al. (2023) yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa kurang puas dengan kondisi keuangan mereka lebih rentan terhadap perilaku konsumtif karena mereka mencoba mencari kepuasan melalui konsumsi.

Dari hasil penelitian ini, disarankan agar mahasiswa lebih sadar akan pentingnya memiliki sikap finansial yang sehat. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menerapkan kebiasaan pengelolaan keuangan yang baik, seperti membuat anggaran bulanan, menetapkan batas pengeluaran, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kampus juga dapat membantu dengan menyediakan program edukasi mengenai pengelolaan keuangan pribadi, sehingga mahasiswa dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengatur keuangan mereka dengan lebih bijak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa financial literacy, fintech e-wallet, dan financial attitude memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Financial literacy membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, sedangkan fintech e-wallet cenderung meningkatkan perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi dan promosi yang menarik. Sementara itu, financial attitude memiliki pengaruh terbesar terhadap perilaku konsumtif, di mana

sikap seseorang terhadap uang memainkan peran utama dalam menentukan bagaimana mereka mengelola pengeluaran mereka.

Oleh karena itu, untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa, diperlukan peningkatan literasi keuangan, kesadaran akan dampak penggunaan e-wallet yang tidak terkontrol, serta penguatan sikap finansial yang sehat. Upaya ini dapat dilakukan melalui edukasi keuangan, peningkatan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan, dan pembatasan penggunaan metode pembayaran digital yang berisiko meningkatkan konsumsi impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan dimediasi Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT . Japfa Comfeed Indonesia, TBK Cabang Makassar. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 385–405.
- Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 550–564.
- Arifa, D., Asriany, & Samsinar. (2024). The Effect Of Fintech E-Wallet (Shopeepay) And Financial Literacy On Student Consumptive Behavior. *Proceedings Series on Proceedings of Multidisciplinary Sciences*, 1(1).
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 1(2), 148–156.
- BankIndonesia. (2017, September 29). *Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*. Bi.Go.Id.
https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_191217.aspx
https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/PBI_191217.aspx
- Fahrianisa, N., Nugroho, S. W., Kurniawan, Y. D., Akuntansi, J., Madiun, N., & Timur, J. (2025). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (Ppn), Literasi Keuangan, Dan Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Madiun. In *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting And Management* (Vol. 3, Issue 1).
[Http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index](http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index)
- Fitri Harseno, D., & Achjari, D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *Accounting And Business Information Systems Journal*.
- Mukmin, Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(2), 291–303.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- Murni, I. A., & Sandari, T. E. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior Dan Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Peran Disiplin Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntan Publik*, 2(1), 289–296.
<https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v2i1.2725>

- Oktary, D., & Wardhani, F. I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Stie Indonesia Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Oktaviani, M., Merisa, O., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Ompusunggu, D. P., & Irenetia, N. 2023. Pentingnya manajemen keuangan bagi perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 140-147.
- Ompusunggu, D. P., & Nanda, M. 2023. Efektifitas Manajemen Keuangan UMKM di Kota Palangka Raya Sebagai Strategi pada Masa New Normal Covid-19. *Jurnal Visi Manajemen*, 9(2), 01-07.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI)*. Ojk.Go.Id. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/infoterkini/Pages/StrategiNasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-SNLKI-2021---2025.aspx> 1–130.
- Patricia, Ellyawati, N., Piar Stephanie, C., Reza, & Astuti Fitri, R. (2023). Pengaruh Pembayaran Non Tunai (E-Wallet) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Sosial Fkip Universitas Mulawarman. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi Um Metro*, 11(1), 1–8.
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Binis Dan Manajemen)*, 8(1).
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 1(2), 674–687..