

Pengaruh Kemudahan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Universitas Teknologi Digital

The Effect Of Fintech Payment Easenes On Consumptive Behavior Of Students At The Digital Technology University

Siti Saodah¹

¹. Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,
Narahubung: Siti Saodah¹, email: siti10121387@digitechuniversity.ac.id,

Info Artikel

Riwayat Artikel:
Diajukan: 21/07/2025
Diterima: 21/07/2025
Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:
Fintech, Perilaku Konsumtif,
Mahasiswa.

Keywords:
Fintech, Consumptive Behavior,
Students.

This work is licensed under a
[Creative Commons Attribution 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e – ISSN: 2656-6362
p – ISSN: 2614-6681

A B S T R A K

Kemajuan teknologi digital mendorong munculnya layanan *financial technology* (*fintech*) yang mempermudah transaksi keuangan, terutama dalam sistem pembayaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital. Akses layanan digital yang semakin luas diduga turut mendorong perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa yang adaptif terhadap teknologi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-verifikatif dan analisis regresi linier sederhana. Data diperoleh dari 95 responden melalui kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *fintech payment* berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong mahasiswa agar lebih bijak menggunakan layanan keuangan digital serta menjadi bahan pertimbangan bagi kampus dan pengembang *fintech* dalam menciptakan sistem yang mendukung perilaku finansial yang sehat.

A B S T R A C T

The advancement of digital technology has led to the emergence of financial technology (*fintech*) services that simplify financial transactions, especially in payment systems. This study aims to examine the effect of the ease of using *fintech payment services* on the consumptive behavior of undergraduate management students at the Digital Technology University. The increasing accessibility of digital services is suspected to drive higher levels of consumptive behavior, particularly among tech-savvy students.

This research uses a quantitative approach with a descriptive-verificative method and simple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to 95 respondents. The results show that the ease of using *fintech payment services* has a significant and positive effect on students' consumptive behavior.

This study is expected to encourage students to be more prudent in using digital financial services and serve as a reference for universities and *fintech* developers in creating systems that promote healthy financial behavior.

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi finansial (*fintech*) telah membawa perubahan besar kepada masyarakat, termasuk mahasiswa untuk melakukan transaksi keuangan. Aplikasi *fintech* seperti *OVO*, *Dana*, *Gopay*, *ShopeePay*, dan layanan *mobile banking* telah mempermudah berbagai aktivitas keuangan, Mulai dari transaksi pembelian barang, pelunasan tagihan, hingga pengiriman dana antar pengguna. Banyak orang, baik remaja maupun dewasa, telah mengungkapkan minat pada kemudahan kecepatan yang disediakan oleh akses dan transaksi aplikasi ini, terutama mahasiswa yang mencari Untuk cara praktis dan efisien aplikasi untuk mengelola uang mereka. Kemudahan penggunaan dari aplikasi *fintech* ini juga menjadikannya pilihan utama bagi masyarakat untuk mengelola keuangan mereka terutama mahasiswa yang sering kali membutuhkan solusi cepat dalam mengatur pengeluaran sehari-hari. Dengan semakin berkembangnya teknologi, popularitas aplikasi-aplikasi ini terus meningkat, menjadikannya bagian penting dalam kehidupan digital mahasiswa. Salah satu inisiatif Bank Indonesia, Gerakan Nasional Bukan Tunai (GNTT), telah diubah sejak tahun 2014 untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang instrumen pembayaran nontunai. Inovasi ini merupakan bagian dari teknologi keuangan. (Chusnah & Indriana, 2020 dalam M. Oktavani, I.P. Sari, Z. Miftah; 2023).

Masyarakat sudah sangat banyak menggunakan *fintech payment* terutama mahasiswa mengakibatkan munculnya fenomena baru yang patut menjadi perhatian yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah ketika seseorang membeli sesuatu karena keinginan daripada kebutuhan yang harus dipenuhi. Perilaku ini menyebabkan pemborosan. Perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup dan inn dapat ditekan dengan kontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif (Salsabila & Nio, 2019 dalam M. Oktavani, I.P. Sari, Z. Miftah; 2023). Jadi, perilaku konsumtif ini merujuk pada kecenderungan untuk membeli barang atau layanan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendesak atau kemampuan finansial yang dimiliki. Mahasiswa, sebagai kelompok pengguna aktif aplikasi *fintech*, sering kali terdorong untuk melakukan pembelian impulsif karena kemudahan dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi-aplikasi tersebut. Mahasiswa diharapkan dapat mengendalikan pola hidup hedonis dengan mengganti pola pikir konsumtif menjadi lebih produktif, membiasakan diri mencatat setiap arus keuangan baik pemasukan maupun pengeluaran, serta membatasi penggunaan kartu kredit secara bijak. (Durohmah & Feriyanto, 2024). Kemudahan tersebut memungkinkan mahasiswa untuk melakukan pembayaran hanya dengan beberapa ketukan di layar ponsel, yang pada akhirnya dapat mendorong pengeluaran yang tidak terkontrol. Hal ini bisa menyebabkan mahasiswa terjebak dalam kebiasaan konsumtif yang merugikan kondisi keuangan mereka. Faktor-faktor seperti diskon, promo, atau tawaran menarik lainnya yang sering ditawarkan oleh aplikasi *fintech* juga turut memperburuk kecenderungan ini, sehingga penting bagi mahasiswa Agar lebih cermat dalam mengatur keuangan serta mampu mengambil keputusan pembelian yang didasarkan pada pertimbangan yang logis dan rasional.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang dilakukan ke 30 mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital, dari 30 mahasiswa tersebut 100% mengaku memiliki setidaknya satu aplikasi *fintech payment* di perangkat mereka dan mereka merasa bahwa aplikasi *fintech payment* dapat memudahkan mereka dalam melakukan berbagai jenis transaksi, seperti tagihan, pembelian barang, dan transfer uang. Kemudahan ini dirasakan karena aplikasi *fintech* memungkinkan mereka untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun tanpa perlu pergi ke tempat pembayaran fisik. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi *fintech* telah berhasil menghilangkan hambatan-hambatan tradisional dalam bertransaksi, seperti keterbatasan waktu dan kesulitan akses ke lokasi pembayaran.

Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen yang memiliki kecenderungan sebanyak 80% persentase terhadap kemudahan aplikasi *fintech payment*. Dengan Kemudahan yang ditawarkan, aplikasi *fintech* telah menjadi pilihan utama bagi mahasiswa yang menginginkan cara praktis dan efisien dalam mengelola transaksi keuangan mereka. Lebih lanjut, survei menunjukkan bahwa sebanyak 90% mahasiswa merasa terdorong untuk melakukan pembelian barang yang menarik perhatian yang didukung dengan kemudahan yang terdapat pada aplikasi *fintech payment* tersebut. Selain itu juga, 58% mahasiswa mengaku bahwa penggunaan *fintech payment* menyebabkan mereka lebih sering membeli barang yang mereka inginkan dan tidak melihat kondisi keuangan (survei pendahuluan, 2024).

Kemudahan transaksi yang dapat dilakukan dalam hitungan detik, ditambah dengan berbagai tawaran promosi atau diskon menarik, sering kali membuat mereka tertarik untuk berbelanja barang atau layanan yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini menyebabkan mahasiswa cenderung mengabaikan pertimbangan rasional terkait kebutuhan dan kemampuan finansial mereka. Aplikasi *fintech*, yang awalnya dirancang untuk

mempermudah transaksi, kini berperan ganda sebagai pendorong perilaku konsumtif. Fitur-fitur seperti promosi, *cashback*, atau pembelian cicilan yang tersedia di dalam aplikasi membuat mahasiswa semakin mudah untuk mengeluarkan uang, meskipun pengeluaran tersebut sering kali tidak direncanakan dengan baik. Keadaan ini dapat berisiko terhadap keuangan mahasiswa jika tidak dikelola dengan bijak, sehingga penting bagi mereka untuk lebih sadar dalam menggunakan aplikasi *fintech* dan memastikan pengelolaan keuangan yang lebih terkontrol.

Fenomena kemudahan penggunaan aplikasi *fintech* dalam transaksi pembayaran digital menimbulkan pertanyaan mengenai dampaknya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, apalagi setelah dilakukannya survei pendahuluan 2024, menunjukkan bahwa 100% mahasiswa mengaku memiliki setidaknya satu aplikasi *fintech payment* di ponsel mereka dan berpendapat bahwa aplikasi *fintech payment* memiliki kemudahan dalam pembayaran. Selain itu juga dengan adanya kemudahan dari aplikasi *fintech payment* tersebut, sebanyak 80% mahasiswa memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian dan 90% merasa terdorong untuk membeli barang yang menarik perhatian bahkan 58% mahasiswa mengaku sering membeli barang yang mereka inginkan tanpa melihat kondisi keuangan mereka dan mereka cenderung Tidak mampu membedakan mana yang merupakan kebutuhan pokok dan mana yang sekadar keinginan semata. Hal ini menarik untuk diteliti, terutama di kalangan mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, dengan judul “Pengaruh Kemudahan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital” akan mampu menjawab pertanyaan mengenai bagaimana pengaruhnya dari kemudahan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, diharapkan melalui penelitian ini juga mahasiswa dapat memiliki pemahaman yang lebih baik terkait pengelolaan keuangan dan perilaku finansial yang rasional karena di era digital seperti sekarang aplikasi *fintech payment* menawarkan kemudahan dan kecepatan transaksi yang mungkin mempengaruhi cara mahasiswa dalam mengelola pengeluaran mereka.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah kemudahan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital?” Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana pengaruh kemudahan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis, yang berguna bagi mahasiswa, institusi pendidikan, serta penyedia layanan *fintech*.

2. Kajian Teori

Financial Technology (Fintech)

Financial technology (fintech) adalah integrasi antara teknologi dan layanan keuangan yang dirancang untuk menyederhanakan proses transaksi, meningkatkan efisiensi, serta memperluas akses terhadap layanan keuangan bagi masyarakat. *Financial Technology (Fintech)* juga dapat diartikan sebagai inovasi dalam sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk menyediakan produk dan layanan keuangan kepada masyarakat dengan cara yang lebih efisien, cepat, dan terjangkau. (Feriyanto, 2024). Menurut Chishti dan Barberis (2020), *fintech* adalah inovasi keuangan berbasis teknologi yang memberikan layanan lebih cepat, murah, dan dapat diakses oleh masyarakat luas. *Fintech* mencakup berbagai sektor seperti *digital payment*, *peer-to-peer lending*, *robo advisory*, hingga *blockchain*. Di Indonesia, pertumbuhan *fintech* sangat pesat, terutama di sektor pembayaran digital. Hal ini didorong oleh meningkatnya penetrasi internet, penggunaan *smartphone*, dan preferensi masyarakat terhadap transaksi non-tunai. *Fintech* memberikan alternatif sistem pembayaran yang lebih fleksibel dibanding metode tradisional, terutama bagi kalangan muda seperti mahasiswa.

Fintech Payment

Fintech payment merupakan layanan pembayaran berbasis teknologi digital, yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara daring tanpa uang tunai. Menurut DeLuca (2021), pembayaran digital menghadirkan efisiensi dalam proses transaksi karena Layanan ini dapat diakses kapan pun dan di mana pun hanya dengan menggunakan perangkat seluler. Karakteristik *fintech payment* meliputi: (1) kemudahan akses dan penggunaan; (2) transaksi cepat dan real time; (3) biaya transaksi rendah; (4) fitur promosi seperti *cashback* dan diskon; serta (5) integrasi dengan e-commerce dan marketplace. Kemudahan inilah yang menjadikan layanan *fintech payment* sangat diminati, terutama oleh generasi digital seperti mahasiswa.

Kemudahan dalam *fintech payment* mencakup antarmuka pengguna yang sederhana, fleksibilitas dalam transaksi, dan keamanan digital yang tinggi. Menurut Lewis (2021), faktor kemudahan menjadi aspek utama yang mendorong pengguna, terutama generasi muda, untuk beralih ke metode pembayaran digital. Aplikasi

seperti *ShopeePay*, *GoPay*, *DANA*, dan *OVO* memberikan pengalaman pengguna yang efisien, bahkan terintegrasi dengan dompet digital, *e-commerce*, dan transportasi online. *Fintech* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan, memungkinkan mereka melakukan berbagai transaksi tanpa perlu mendatangi lembaga keuangan tradisional secara langsung (Feriyanto, 2024). Kemudahan tersebut menciptakan situasi di mana keputusan konsumsi dapat dilakukan secara instan, tanpa pertimbangan rasional. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan juga dapat berdampak pada meningkatnya perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian ini, indikator dari variabel kemudahan *fintech payment* menurut Hanafi (2018), meliputi: (1) kenyamanan pengguna; (2) keamanan transaksi; (3) pengelolaan finansial; (4) pembayaran nirkontak; (5) reward transaksi; (6) kemudahan akses; dan (7) kecepatan transaksi.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya. Wahyuni et al. (2019) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian impulsif, ketertarikan terhadap merek, dan kepuasan emosional jangka pendek. Faktor yang mendorong perilaku ini antara lain gaya hidup hedonistik, pengaruh iklan, media sosial, serta kemudahan akses terhadap barang dan layanan. Menurut Glen (2021), kemudahan bertransaksi secara digital termasuk melalui *fintech payment* berperan sebagai stimulan utama dalam pembentukan perilaku konsumtif, terutama pada individu dengan kontrol diri rendah. Mahasiswa merupakan kelompok yang rentan terhadap perilaku ini karena masih dalam tahap eksploratif secara finansial dan sosial. Berdasarkan penelitian ini, indikator dari variabel perilaku konsumtif menurut Anang Firmansyah (2018), meliputi: (1) daya tarik promosi; (2) loyalitas merek; (3) gaya hidup mewah; dan (4) pembelian berdasarkan percobaan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%.

Adapun rumus Slovin yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{\{1 + (N \times e^2)\}}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N =Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan (*margin of error*) yang ditetapkan

Berdasarkan rumus slovin diatas, maka jumlah sampel data peneltian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{\{1 + (N \times e^2)\}} \\ n &= \frac{2.105}{\{1 + (2.105 \times 10^2)\}} \\ n &= \frac{2.105}{\{1 + (2.105 \times 0,01)\}} \\ n &= \frac{2.105}{\{1 + (21,05)\}} \\ n &= \frac{2.105}{22,05} \\ n &= 95,46 \end{aligned}$$

Oleh karena itu, agar hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 95 responden. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 5 untuk mengukur tingkat persepsi responden. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur keandalan instrumen, analisis regresi linier sederhana untuk

mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen, serta uji t dan koefisien determinasi (R^2) untuk menguji signifikansi dan besar pengaruh. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.

Penelitian ini juga merumuskan hipotesis yang akan diuji melalui analisis statistik. Hipotesis alternatif (H_1) menyatakan bahwa kemudahan *fintech payment* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kemudahan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis statistik nantinya akan menentukan apakah hipotesis alternatif dapat diterima atau ditolak berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	Tanda	r tabel	Keterangan
Kemudahan <i>Fintech Payment</i> (X)	X1	0,780	>	0,202	Valid
	X2	0,783	>	0,202	Valid
	X3	0,706	>	0,202	Valid
	X4	0,660	>	0,202	Valid
	X5	0,538	>	0,202	Valid
	X6	0,737	>	0,202	Valid
	X7	0,674	>	0,202	Valid
Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	Y1	0,677	>	0,202	Valid
	Y2	0,709	>	0,202	Valid
	Y3	0,652	>	0,202	Valid
	Y4	0,725	>	0,202	Valid

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 menunjukkan bahwa semua item pernyataan dari masing-masing variabel penelitian memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,202. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Cronbach's Standar	Keterangan
Kemudahan <i>Fintech Payment</i> (X)	7	0,822	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)	4	0,635	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

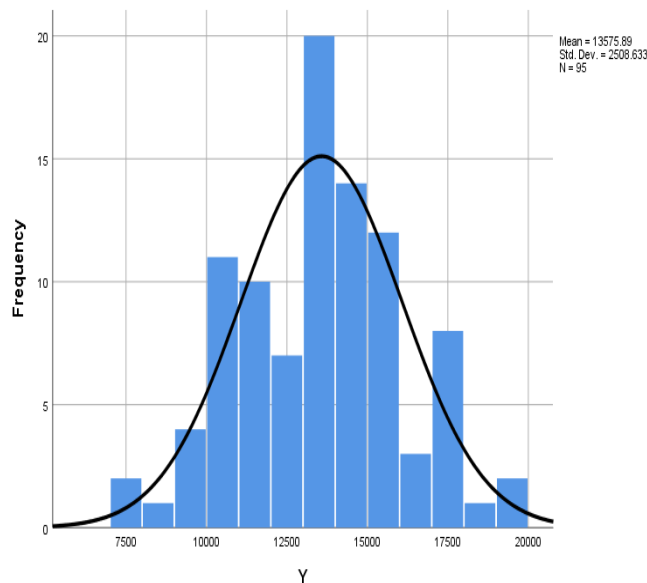
Berdasarkan hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa instrumen yang digunakan dalam mengukur variabel kemudahan *fintech payment* memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,822, sementara instrumen untuk

variabel perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan nilai sebesar 0,635. Karena keduanya melebihi batas minimum reliabilitas sebesar 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini tergolong reliabel, artinya konsisten dalam mengukur setiap indikator yang dimaksud.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan telah memenuhi persyaratan dalam analisis regresi linear, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara akurat dan valid. Dalam penelitian ini, beberapa uji asumsi klasik yang diterapkan meliputi:

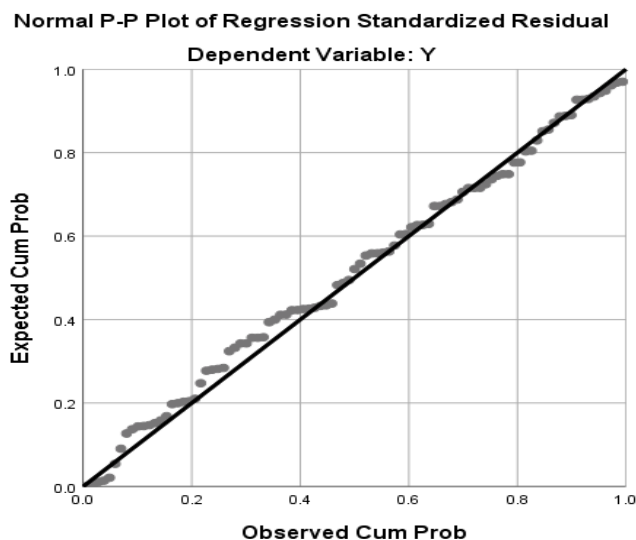
1. Uji Normalitas



Gambar 1. Output Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber: Data dari SPSS

Berdasarkan histogram yang ditampilkan, terlihat bahwa data memiliki distribusi yang normal, sehingga penggunaan analisis regresi dapat dilakukan secara tepat. Grafik histogram menunjukkan bahwa kurva antara variabel dependen dan *regression standardized residual* membentuk pola distribusi yang simetris, tidak menunjukkan kemiringan ke kanan maupun ke kiri, melainkan terpusat dan menyerupai bentuk lonceng (*bell-shaped curve*).



Gambar 2. Output Hasil Uji Normalitas *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*

Sumber: Data dari SPSS

Hasil output dari *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* yang diperoleh melalui program SPSS versi 25 juga memperkuat kesimpulan bahwa data memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan tampilan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*, terlihat bahwa titik-titik data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, yang merupakan salah satu prasyarat dalam analisis regresi. Dengan demikian, analisis regresi dapat diterapkan secara tepat. Selain itu, pola histogram yang menyerupai distribusi normal turut memperkuat kesimpulan ini. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan dianggap mampu menghasilkan estimasi yang valid dan dapat diinterpretasikan secara akurat.

Adapun hasil uji *Kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

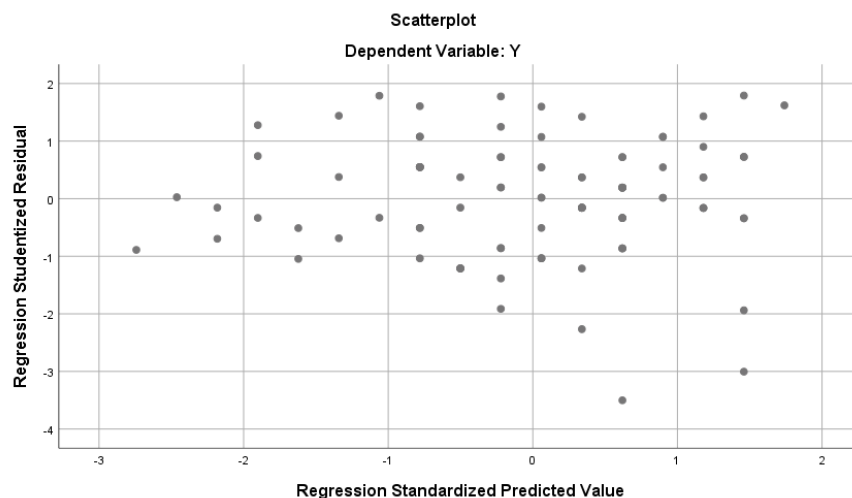
Tabel 3. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	116.4085317
	Std. Deviation	2106.469042
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.030
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data dari SPSS

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat dipastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Output Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Menggunakan Metode Grafik

Sumber: Data dari SPSS

Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan metode grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah garis horizontal serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.

3. Uji Autokorelasi

Tabel 4. Output Hasil Uji Autokorelasi *Durbin-Watson (DW)*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.544 ^a	.295	.288	2117.026	2.296
a. Predictors: (Constant), X					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data dari SPSS

Syarat tidak terjadi gejala Autokorelasi = $dU < DW < 4 - dU$

Diketahui N = 95 dan K (Variabel Independen) = 1

Nilai dL = 1,6447

Nilai dU = 1,6872

Nilai 4-dU = 2,3128

Jadi, $1,687 < 2,296 < 2,313$ ($dU < DW < 4 - dU$)

Selanjutnya, uji autokorelasi yang dilihat dari nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,296 berada di antara nilai dU dan 4-dU, yaitu 1,687 hingga 2,313. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami autokorelasi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6855.537	1097.919		6.244
	X	.315	.050	.544	6.244
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data dari SPSS

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode regresi linier sederhana, yang bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hubungan antara kedua variabel tersebut selanjutnya dirumuskan dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 6855 + 0,315X$$

Hal tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut berdasarkan hasil persamaan regresi:

1. Nilai konstan (a) sebesar 6855, artinya jika variabel kemudahan *fintech payment* (X) dianggap nol (0) atau tidak mempengaruhinya, nilai variabel perilaku konsumtif (Y) akan tetap sebesar 6855.
2. Koefisien regresi Kemudahan *Fintech Payment* (X) adalah 0,315, yang berarti bahwa setiap peningkatan satuan dalam kemudahan *fintech payment* (X) akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa (Y) sebesar 0,315 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.544 ^a	.295	.288	2117.026	2.296
a. Predictors: (Constant), X					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data dari SPSS

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,295 menunjukkan bahwa sekitar 29,5% variabel perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh kemudahan penggunaan *fintech payment*, sedangkan sisanya sebesar 70,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat pengaruh yang signifikan, faktor lain di luar kemudahan *fintech payment* juga turut memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Uji Hipotesis (Uji T)

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6855.537	1097.919		6.244	.000
	X	.315	.050	.544	6.244	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data dari SPSS

Diketahui:

Df : n-k (95-2)
 t-hitung : 6,244
 t-tabel : 1,661
 p-value (sig) : 0,000

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 6,244 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,661, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital.

Pengaruh Kemudahan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan layanan *fintech payment* dengan perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital. Artinya, semakin mudah akses dan penggunaan *fintech payment*, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara berlebihan. Kemudahan ini memungkinkan mahasiswa untuk melakukan transaksi secara cepat dan efisien, sehingga dapat meningkatkan frekuensi serta intensitas perilaku konsumtif. Beragam fitur seperti pembayaran tanpa kontak (*contactless*), pemberian reward atas transaksi, dan kemudahan akses yang fleksibel turut menjadi faktor pendorong mahasiswa dalam memanfaatkan layanan tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Dengan demikian, kemudahan *fintech payment* dalam konteks penelitian ini dipandang sebagai variabel yang memiliki potensi signifikan dalam memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Secara statistik, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan *fintech payment*

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dibuktikan melalui nilai t-hitung sebesar 6,244 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,661, serta nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Artinya, hipotesis alternatif (H_1) diterima, yang mengindikasikan bahwa kemudahan dalam menggunakan *fintech payment* secara nyata berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain itu, analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,295, yang berarti bahwa 29,5% variasi perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh kemudahan *fintech payment*. Sementara itu, sisanya sebesar 70,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti gaya hidup hedonis, rendahnya literasi keuangan, faktor psikologis, dan sikap individu dalam mengelola keuangan.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kemudahan penggunaan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi S1 Manajemen di Universitas Teknologi Digital, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara kedua variabel tersebut. Artinya, semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan mahasiswa dalam menggunakan layanan *fintech payment*, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Kemudahan transaksi, kecepatan proses, kenyamanan, serta fitur-fitur menarik yang ditawarkan oleh aplikasi *fintech* menjadikan mahasiswa lebih terdorong untuk berbelanja, bahkan sering kali tanpa perencanaan. Fenomena ini mencerminkan bahwa kemajuan teknologi finansial, meskipun memberikan manfaat besar, juga berpotensi memicu risiko dalam pengelolaan keuangan, khususnya di kalangan mahasiswa.

Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian ini memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait. Pertama, bagi mahasiswa, disarankan untuk meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan digital agar dapat mengelola pengeluaran dengan lebih bijak dan tidak terjebak dalam perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi. Kedua, bagi institusi pendidikan tinggi, penting untuk menyelenggarakan program edukasi seperti seminar atau workshop yang membahas manajemen keuangan di era digital. Dengan begitu, mahasiswa dapat dibekali keterampilan finansial yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Ketiga, bagi penyedia layanan *fintech*, sebaiknya mulai mempertimbangkan pengembangan fitur-fitur yang mendukung kontrol pengeluaran, seperti pengingat transaksi, batas harian belanja, atau laporan keuangan bulanan, serta konten edukatif dalam aplikasi guna mendorong perilaku keuangan yang sehat. Terakhir, bagi peneliti di masa mendatang, disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain seperti gaya hidup, kontrol diri, atau tingkat literasi keuangan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa di era digital ini.

6. Ucapan Terimakasih

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama proses penyusunan penelitian ini berlangsung. Terima kasih secara khusus disampaikan kepada Universitas Teknologi Digital yang telah memberikan fasilitas dan dukungan selama pelaksanaan penelitian.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan penguji yang telah memberikan arahan, masukan, dan kritik konstruktif yang sangat membantu dalam menyempurnakan hasil penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh mahasiswa yang telah bersedia menjadi responden, serta memberikan data dan informasi yang diperlukan untuk kelengkapan penelitian. Tidak lupa, penulis menghaturkan rasa terima kasih yang tulus kepada keluarga serta rekan-rekan yang senantiasa memberikan dukungan moral, semangat, dan doa selama proses penyusunan artikel ini berlangsung.

Penulis berharap bahwa karya ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen dan teknologi keuangan digital, serta menjadi referensi bermanfaat bagi penelitian-penelitian berikutnya.

7. Referensi

Chishti, Susanne & Janos Barberis. 2020. *The Fintech Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs, and Visionaries*. Edisi Kedua. Hoboken: Wiley.

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- DeLuce, Michele M. 2021. *The Digital Payment Revolution: How Technology is Shaping the Future of Finance*. New York: FinTech Insights Press.
- Durohmah, S., & Feriyanto, O. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Manajemen Universitas Teknologi Digital. Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi), 1(7), 1050-1060.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen: Sikap dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish Group, CV Budi Utama.
- Fitrianto, D. (2022). Pengaruh Penggunaan Digital Payment, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glen, David W. 2021. *Psychological Influences on Consumer Behavior*. New York: Consumer Insights Press.
- Hanafi. 2021. *Dasar-Dasar Financial Technology*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Larke, D. S. (2019). *Regulatory technology*. Dalam *RegTech: Regulation and Compliance in Financial Services* (hlm. 50–70). Wiley.
- Lewis, Michele P. 2021. *Fintech and the Transformation of Payment: A New Era in Digital Financial Service*. Boston: Digital Finance Publishing.
- Liu, J. & Zhang, W. 2020. *Digital Payment and Financial Service*. Beijing: China Financial Publishing House.
- Look, D. T. P. L. (2020). *P2P lending*. Dalam *The Handbook of FinTech* (hlm. 40). Wiley.
- O'Hara, M. F. (2020). *The Digital Payment Ecosystem: Technology, Security, and Applications* (hlm. 58–62). Wiley.
- Oktaviani, A. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90.
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh *e-commerce* dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281–290.
- Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, L., Putri, M. H., & Feriyanto, O. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital: Studi Literatur. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99–114.
- Raman, S. (2018). *Digital Payment: The New Era of Financial Transaction* (hlm. 12–35). Springer.
- Rodgers, M. (2021). *Fintech*. Dalam *The Future of Finance* (hlm. 143–146). Palgrave Macmillan.
- Sabinel, B., dkk. (2018). *Insurtech (insurance technology)*. Dalam *Insurance Innovation and Technology* (hlm. 25–50). Springer.
- Salsabila, F. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Penggunaan Aplikasi *Financialtechnology Payment* (Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan).
- Shalini, R. & Pooja, P. 2020. *Consumer Behavior in the Digital Age: Impact of Social Media and Online Shopping*. New Delhi: Digital Era Publications.
- Sharma, S. K. (2018). *Fintech 2.0: The future of financial services* (hlm. 45–50). Wiley.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Verna, D. T. P. L. (2018). *Robo advisory*. Dalam *Financial Technologies and Applications* (hlm. 50–75). Palgrave Macmillan.
- Wahyuni, R., Istiana, I., & Nasution, M. (2019). *Perilaku konsumtif: Studi pada konsumen digital*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Warren, S. L. (2020). *Fintech*. Dalam *Financial Innovation and Digital Banking* (hlm. 110–113). Routledge.