



PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM MENGGUNAKAN *FINTECH PAYLATER* PADA MAHASISWA DI KOTA DEPOK

Eka Silviana¹, Dini Ayuning Ratri Sukimin^{2*}

^{1,2}Politeknik Negeri Jakarta

Email: eka.silviana.ak21@gmail.com¹, dini.ayuning@akuntansi.pnj.ac.id²

Abstract

Technological advances in digital finance have driven the rapid use of fintech services, one of which is the paylater payment method. This service provides convenience in transactions, but can also encourage the emergence of consumptive behavior, especially among students. This study aims to analyze the influence of financial literacy and perceived ease of use on the consumptive behavior of students using fintech paylater in Depok City. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to 100 active student users of paylater services in Depok City, selected using a purposive sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression using SPSS version 26. The results showed that partially, financial literacy and perceived ease of use have a positive and significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, both variables also significantly influence student consumptive behavior in using fintech paylater. These findings indicate that the higher the level of financial literacy and the greater the perceived ease of use, the higher the potential for students to behave in a consumptive manner. Therefore, it is necessary to increase student awareness in managing finances and using fintech services wisely.

Keywords: Financial Literacy, Perception of Ease, Consumer Behavior, Fintech, Paylater

Abstrak

Kemajuan teknologi di bidang keuangan digital telah mendorong pesatnya penggunaan layanan *fintech*, salah satunya adalah metode pembayaran *paylater*. Layanan ini memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *fintech paylater* di Kota Depok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 100 mahasiswa aktif pengguna layanan *paylater* di Kota Depok, yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan *fintech paylater*. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan semakin besar persepsi kemudahan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula potensi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kesadaran mahasiswa dalam mengelola keuangan serta penggunaan layanan *fintech* secara bijak.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Perilaku Konsumtif, *Fintech*, *Paylater*

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif atau konsumerisme adalah salah satu jenis penyimpangan yang cukup sering terjadi di Indonesia. Banyak orang yang lebih suka membeli barang secara berlebihan, bukan karena membutuhkannya, tetapi hanya untuk memenuhi keinginan. Secara umum, konsumtif ini dapat diartikan sebagai penggunaan barang atau jasa secara berlebihan, dimana keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan (Tripambudi & Indrawati, 2020). Perilaku konsumtif ini muncul juga dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang tengah mengalami pertumbuhan atau perbaikan. Saat masyarakat merasa kondisi ekonomi secara umum membaik misalnya karena tingkat pengangguran yang menurun, atau naiknya pendapatan akan muncul rasa percaya diri dalam membelanjakan uang.

Generasi muda, khususnya mahasiswa, sering terdorong oleh gaya hidup modern untuk melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, melainkan untuk kesenangan dan penyesuaian sosial agar tetap diterima di lingkungan mereka. Kebiasaan nongkrong, berbelanja barang yang tidak esensial, dan aktivitas konsumtif lainnya menjadi pemicu perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Safitri, 2021). Selain itu, kemudahan belanja online melalui e-commerce dan berbagai metode pembayaran fintech, terutama *paylater*, semakin mendorong perilaku konsumtif. *Paylater* menjadi pilihan populer generasi muda karena fleksibilitas pembayaran, terutama bagi yang belum memiliki penghasilan tetap (Taqwa & Mukhlis, 2022).

Provinsi Jawa Barat menduduki peringkat pertama sebagai wilayah dengan pengguna *paylater* terbanyak dalam transaksi *online*. (Laporan Kredivo, 2023). Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Jawa Barat, termasuk generasi muda seperti mahasiswa, memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap layanan *paylater* karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkannya. Salah satu kota di Jawa Barat yang menjadi pusat aktivitas pendidikan yaitu Kota Depok. Dimana Kota Depok dikenal sebagai tempat berdirinya perguruan tinggi ternama dan menjadi wilayah yang sangat potensial untuk mengamati tren penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa. Dengan adanya kemudahan akses terhadap layanan digital ditambah dengan gaya hidup modern dan tuntutan sosial di lingkungan kampus, membuat mahasiswa khususnya di Kota Depok menjadi kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif yang didorong oleh penggunaan layanan *paylater*. Penelitian yang dilakukan oleh Khasanah & Ridwan (2022) menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* mampu mendorong perilaku konsumtif karena memberikan kemudahan bagi konsumen untuk berbelanja sekarang dan membayar di kemudian hari.

Di tengah pesatnya perkembangan tren konsumsi digital seperti ini, kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan pribadi menjadi hal yang sangat penting, terutama bagi kalangan mahasiswa. Salah satu aspek utama yang penting dalam pengelolaan keuangan pribadi seseorang adalah literasi keuangan, dimana kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Menurut Sugiharti dan Maula (2019) berpendapat bahwa salah satu faktor utama yang berperan dalam membentuk literasi keuangan seseorang adalah pendidikan. Pendidikan ini dapat diperoleh baik melalui pendidikan informal, yang diperoleh dalam lingkungan keluarga, maupun melalui pendidikan formal, seperti pendidikan di lingkungan sekolah atau perguruan tinggi.

Penelitian menunjukkan hasil berbeda terkait pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Prihartini & Irianto (2021) menemukan pengaruh positif, sedangkan Putra dan Sinarwati melaporkan pengaruh negatif. Salsabila (2024) menambahkan bahwa persepsi kemudahan fintech berpengaruh positif pada konsumtif. Perbedaan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi banyak variabel sesuai konteks pengguna dan platform. Mengingat meningkatnya penggunaan *paylater* di kalangan mahasiswa dan peran literasi serta persepsi kemudahan, penelitian

ini penting untuk mengkaji pengaruh kedua faktor tersebut dan memberikan rekomendasi strategis bagi edukasi dan pengelolaan risiko fintech.

Melihat fenomena di atas, literasi keuangan dan kemudahan penggunaan aplikasi pembayaran *paylater* mendorong mahasiswa untuk bersikap konsumtif dalam berbelanja secara *online* dengan mengeluarkan uang dan membeli barang tanpa berpikir panjang. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, penelitian ini mengangkat judul: **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif Menggunakan Fintech PayLater pada Mahasiswa di Kota Depok.”**

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan penting yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengelola keuangan secara bijak (Purwaningrum et al., 2024). Tujuannya adalah meningkatkan kualitas pengambilan keputusan finansial individu (OJK, 2022), seperti memahami cara memperoleh, mengelola, membelanjakan, hingga menabung uang dengan bijak (Azsahrah et al., 2023). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi cenderung terhindar dari utang berlebihan dan mampu merencanakan masa depan keuangan secara lebih baik (Lone & Bhat, 2024). OECD/INFE (2022) menyebutkan bahwa literasi keuangan dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu sikap keuangan, perilaku keuangan, dan pengetahuan keuangan, yang ketiganya saling berkaitan dalam menentukan sejauh mana seseorang mampu mengambil keputusan finansial yang tepat.

Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan keyakinan bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan upaya besar, baik secara fisik maupun mental (Wulandari, 2020). Menurut Isma et al. (2021), persepsi ini berperan penting dalam pengambilan keputusan, terutama dalam penggunaan sistem berbasis teknologi. Mbete & Tanamal (2020) mengidentifikasi lima indikator persepsi kemudahan, yaitu mudah berinteraksi, mudah bertransaksi, mudah memperoleh produk, mudah dipelajari, dan mudah digunakan, yang semuanya berkontribusi terhadap kenyamanan serta minat pengguna dalam menggunakan layanan digital.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli barang secara berlebihan dan impulsif, lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan (Ritonga et al., 2021). Perilaku ini sering kali dipengaruhi oleh aspek emosional dan gaya hidup, bukan manfaat fungsional produk, sehingga dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan jika tidak dikendalikan

(Chandra, 2022). Mahasiswa pun tidak lepas dari pola konsumsi semacam ini, terutama ketika pengeluaran lebih diarahkan pada keinginan pribadi (Asisi & Purwantoro, 2020). Menurut Ristiyanti dan John (2020), perilaku konsumtif memiliki tiga indikator utama yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan anti menabung yang mencerminkan kurangnya kesadaran dalam pengelolaan keuangan jangka panjang.

Financial Technology (Fintech)

Financial technology (fintech) merupakan inovasi dalam industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat dan efisien (Safitri, 2021). Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, fintech adalah penerapan teknologi keuangan untuk menciptakan produk atau layanan baru yang berpengaruh terhadap sistem pembayaran. Fintech hadir sebagai solusi praktis, memungkinkan akses keuangan kapan saja dan di mana saja tanpa harus ke bank (Raharjo, 2021). Putri L.P & Christiana (2021) mengelompokkan layanan fintech menjadi lima kategori, yaitu payment system, digital banking, peer-to-peer lending, digital insurance, dan crowdfunding yang terus berkembang di Indonesia.

Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri dari literasi keuangan dan persepsi kemudahan. Sementara itu, variabel dependen yang diteliti adalah perilaku konsumtif dalam menggunakan *fintech paylater*.

1. Hubungan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan *Fintech PayLater*

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat, termasuk dalam menghadapi layanan seperti fintech paylater. Individu dengan literasi keuangan tinggi diharapkan mampu menghindari pembelian impulsif dan memahami risiko finansial yang menyertainya. Namun, penelitian oleh Prihatini & Irianto (2021) menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik, mereka tetap bisa berperilaku konsumtif akibat pengaruh gaya hidup dan kemudahan teknologi. Sebaliknya, Nainggolan (2022) serta Putra & Sinarwati (2023) menemukan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif, sehingga literasi berperan penting dalam mengendalikan keputusan konsumsi.

H₁: Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan fintech paylater

2. Hubungan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan *Fintech PayLater*

Persepsi kemudahan merupakan keyakinan seseorang bahwa suatu sistem teknologi mudah

digunakan tanpa memerlukan usaha besar. Dalam konteks fintech paylater, hal ini mencakup kemudahan akses, proses pendaftaran yang cepat, dan transaksi yang praktis. Penelitian oleh Fittria & Nugroho (2023) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna marketplace, di mana semakin mudah sistem digunakan, semakin tinggi kecenderungan pengguna melakukan pembelian. Hasil ini sejalan dengan temuan Kholizah & Sulton (2025) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan turut mendorong perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan Shopee Paylater sebagai metode pembayaran.

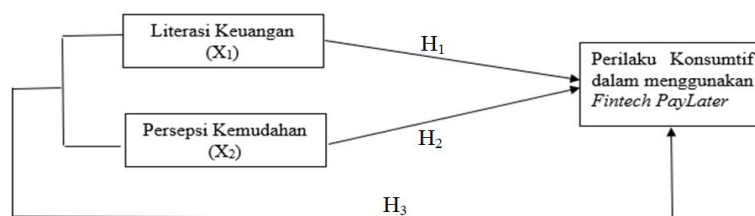
H₂: Persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *fintech paylater*

3. Hubungan Literasi Keuangan dan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan *Fintech PayLater*

Literasi keuangan dan persepsi kemudahan merupakan dua faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif dalam penggunaan fintech paylater. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak, sedangkan persepsi kemudahan menunjukkan seberapa nyaman seseorang menggunakan teknologi keuangan (Fittria & Nugroho, 2023). Dalam praktiknya, hubungan keduanya bisa kompleks. Individu dengan literasi tinggi seharusnya mampu mengontrol penggunaan paylater, namun kemudahan akses dapat tetap mendorong perilaku impulsif. Menurut Kholizah & Sulton (2025), jika persepsi kemudahan tinggi dan literasi keuangan rendah, maka risiko perilaku konsumtif meningkat, terutama di kalangan mahasiswa yang rentan terhadap godaan konsumsi instan.

H₃: Literasi keuangan dan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *fintech paylater*

Dari kerangka berfikir di atas, maka hubungan antar variabel tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian
Sumber: Data diolah (2025)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode yang didasarkan pada pandangan bahwa fenomena dapat diukur dan dianalisis secara angka atau statistik (Sugiyono, 2023). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti menguji hipotesis melalui pengumpulan data

numerik yang diperoleh dari kuesioner online. Data kemudian diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS untuk mendapatkan hasil analisis statistik yang valid.

Objek Penelitian

Objek penelitian terdiri dari tiga variabel utama, yaitu literasi keuangan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) sebagai variabel bebas, serta perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Fokus penelitian adalah mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi di Kota Depok, dengan pengalaman menggunakan layanan fintech paylater sebagai syarat pengambilan sampel.

Metode Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan metode purposive sampling, yakni memilih responden berdasarkan kriteria tertentu agar relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023). Kriteria utama adalah mahasiswa aktif di Kota Depok yang memiliki pengalaman menggunakan metode pembayaran paylater saat berbelanja online. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dengan N adalah populasi mahasiswa di Kota Depok sebanyak 26.551 (BPS, 2025) dan margin of error 10% ($e=0,1$). Perhitungan menghasilkan sampel minimal 100 responden untuk memastikan data representatif dan analisis valid.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan bersifat kuantitatif dan diperoleh secara primer dari kuesioner yang disebarkan kepada responden. Setelah dikumpulkan, data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menghasilkan interpretasi numerik yang dapat digunakan menjawab rumusan masalah penelitian secara tepat.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner online yang dibagikan via Google Form. Kuesioner terdiri dari pertanyaan terstruktur khusus untuk mahasiswa pengguna paylater di Kota Depok. Pengukuran sikap atau pendapat responden menggunakan skala Likert 1 sampai 5, dengan 1 berarti "Sangat Tidak Setuju" dan 5 berarti "Sangat Setuju". Skala ini memungkinkan peneliti menangkap tingkat persetujuan responden terhadap variabel yang diteliti secara sistematis.

Metode Analisis Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan terlebih dahulu untuk memberikan gambaran umum tentang karakteristik data yang diperoleh, termasuk nilai rata-rata, standar deviasi, frekuensi, dan persentase (Sugiyono, 2023). Hal ini penting agar peneliti memahami pola distribusi data sebelum melakukan analisis lanjutan.

2. Uji Instrumen Data

Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen kuesioner mampu mengukur variabel dengan tepat dan konsisten.

- a. Uji Validitas, menguji korelasi antara setiap item pertanyaan dengan skor total. Item dinyatakan valid jika nilai korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari nilai kritis tabel (r_{tabel}). Item yang tidak valid akan dihapus agar hasil pengukuran tetap akurat.
- b. Uji Reliabilitas, mengevaluasi konsistensi alat ukur menggunakan Cronbach's Alpha, dimana nilai $> 0,6$ menunjukkan instrumen dapat dipercaya dan hasil pengukuran stabil jika diulang.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk menjamin kesahihan analisis regresi linier berganda, dilakukan beberapa uji asumsi klasik, yakni:

- a. Uji Normalitas, untuk memastikan data sampel berdistribusi normal, diuji menggunakan Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan signifikansi $> 0,05$ berarti data normal.
- b. Uji Multikolinieritas, untuk mendeteksi hubungan antar variabel independen. Parameter yang diamati adalah tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10 , yang menandakan tidak ada multikolinieritas.
- c. Uji Heteroskedastisitas, untuk mengecek konsistensi variansi residual. Uji Glejser digunakan, dan data bebas heteroskedastisitas jika probabilitas $> 0,05$.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengukur pengaruh simultan dan parsial dari literasi keuangan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Di mana α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi variabel bebas, dan e adalah error. Analisis ini memberikan gambaran hubungan kuantitatif antar variabel.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari:

- a. Uji T (Parsial), yang menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual. Hipotesis diterima jika nilai signifikansi $< 0,05$.
- b. Uji F (Simultan), menguji pengaruh bersama kedua variabel bebas secara simultan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1; semakin mendekati 1, model semakin baik menggambarkan data (goodness of fit).

Dengan tahapan penelitian ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran valid tentang pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fintech paylater di Kota Depok. Metode yang sistematis dan teruji ini akan mendukung validitas dan reliabilitas temuan penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, sampel telah diambil melalui kuesioner yang disebarakan secara online melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Telegram. Kuesioner tersebut menghasilkan 130 responden dimana penelitian ini melibatkan responden yang telah diseleksi untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan karakteristik yang telah dibutuhkan. Selain itu, hanya jawaban yang lengkap dan relevan yang digunakan dalam analisis.

Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif bertujuan memberikan gambaran umum mengenai variabel-variabel penelitian, yaitu literasi keuangan (X_1), persepsi kemudahan (X_2), dan perilaku konsumtif (Y). Pengukuran meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi pada setiap indikator dalam variabel tersebut.

Tabel 1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Min	Max	Mean	Std. Dev
Literasi Keuangan	1-2	5	4,16	0,763
Persepsi Kemudahan	2	5	4,05	0,744
Perilaku Konsumtif	2-3	5	4,11	0,732

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, literasi keuangan menunjukkan nilai rata-rata 4,16 dengan standar deviasi 0,763. Hal ini mengindikasikan tingkat literasi yang baik dan relatif homogen antar responden. Persepsi kemudahan berada pada rata-rata 4,05 dengan standar deviasi 0,744, menunjukkan mayoritas merasa mudah menggunakan layanan fintech paylater. Perilaku konsumtif dengan rata-rata 4,11 dan standar deviasi 0,732 memperlihatkan kecenderungan konsumtif yang tinggi dan cukup seragam di kalangan responden.

Uji Pre-test Instrumen

Sebelum pengujian utama, dilakukan pre-test terhadap 30 responden untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas instrumen.

1. Hasil Uji Validitas Pre-test

Uji validitas menggunakan korelasi r-hitung dengan r-tabel (0,3610) sebagai batas minimum. Item dinyatakan valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pre-test

Variabel	R-Hitung (Min)	R-Tabel	Status Validitas
Literasi Keuangan	0,372	0,3610	Valid
Persepsi Kemudahan	0,384	0,3610	Valid
Perilaku Konsumtif	0,398	0,3610	Valid

Sumber: data diolah, 2025

Semua item pernyataan memenuhi kriteria validitas, sehingga instrumen dapat lanjut diuji reliabilitas.

2. Hasil Uji Reliabilitas Pre-test

Menggunakan Cronbach's Alpha dengan batas minimal 0,6, hasilnya adalah:

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Pre-test

Variabel	Cronbach's Alpha	Status Reliabilitas
Literasi Keuangan	0,712	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,729	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,734	Reliabel

Sumber: data diolah, 2025

Nilai Cronbach's Alpha semua variabel lebih dari 0,6 sehingga instrumen reliabel.

Uji Main-test Instrumen

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan kembali pada sampel utama sebanyak 100 responden.

1. Hasil Uji Validitas Main-test

Dengan nilai r-tabel sebesar 0,196, semua item valid karena $r_{\text{hitung}} > 0,196$.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Main-test

Variabel	R-Hitung (Min)	R-Tabel	Status Validitas
Literasi Keuangan	0,218	0,196	Valid
Persepsi Kemudahan	0,232	0,196	Valid
Perilaku Konsumtif	0,249	0,196	Valid

Sumber: data diolah, 2025

2. Hasil Uji Reliabilitas Main-test

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Main-test

Variabel	Cronbach's Alpha	Status Reliabilitas
Literasi Keuangan	0,765	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,774	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,781	Reliabel

Sumber: data diolah, 2025

Semua variabel memenuhi standar reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, nilai signifikansi $0,200 > 0,05$, sehingga data berdistribusi normal. Dilakukan dengan VIF dan tolerance. Nilai VIF untuk literasi keuangan dan persepsi kemudahan masing-masing 1,202 dan tolerance $> 0,10$, sehingga tidak ada multikolinearitas.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0,832	1,202	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Kemudahan	0,832	1,202	Bebas Multikolinearitas

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan uji Glejser, nilai signifikansi variabel $> 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (X_1) dan persepsi kemudahan (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y). Hasil uji regresi adalah:

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t-Hitung	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	3,709	-	-	Nilai dasar perilaku konsumtif
Literasi Keuangan	0,177	4,642	0,000	Pengaruh positif signifikan
Persepsi Kemudahan	0,499	7,364	0,000	Pengaruh positif signifikan

Sumber: data diolah, 2025

Persamaan regresi:

$$Y = 3,709 + 0,177X_1 + 0,499X_2 + e$$

Interpretasi:

- Konstanta 3,709 menunjukkan perilaku konsumtif dasar tanpa pengaruh variabel bebas.
- Koefisien 0,177 berarti setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,177, dengan asumsi variabel lain konstan.
- Koefisien 0,499 menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memberikan pengaruh yang lebih dominan terhadap perilaku konsumtif.

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial): Dua variabel independen terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai t hitung $> t$ tabel (1,984) dan signifikansi $< 0,05$.

Tabel 8 Hasil Uji t

Variabel	t-Hitung	t-Tabel	Signifikansi	Kesimpulan
Literasi Keuangan	4,642	1,984	0,000	Berpengaruh signifikan positif
Persepsi Kemudahan	7,364	1,984	0,000	Berpengaruh signifikan positif

Sumber: data diolah, 2025

Uji F (Simultan): Uji F untuk pengaruh simultan literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai F hitung 90,498 jauh lebih besar dari F tabel 3,0902 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Tabel 9 Hasil Uji F

Nilai F-Hitung	Nilai F-Tabel	Signifikansi	Kesimpulan
90,498	3,0902	0,000	Variabel berpengaruh simultan signifikan

Sumber: data diolah, 2025

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,651 menunjukkan bahwa 65,1% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan persepsi kemudahan, sementara sisanya 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 10 Hasil Koefisiensi Determinasi

R	R Square	Adjusted R2
0.897	0.651	0.644

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan pada tabel 4.11 yaitu hasil uji koefisien determinasi memiliki nilai R Square sebesar 0,651 atau sebesar 65.1 %. Maka memiliki arti bahwa variabel Literasi Keuangan (X_1) dan Persepsi Kemudahan (X_2) memberikan pengaruh secara bersama-sama sebesar 65,1 % terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) dan sisanya 34,9 % dipengaruhi faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan lainnya di luar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Penelitian ini menunjukkan literasi keuangan dan persepsi kemudahan fintech paylater berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun literasi biasanya mengatur keuangan bijak, dalam konteks ini literasi tinggi tak mencegah konsumtif karena pengaruh sosial, gaya hidup, dan kemudahan transaksi memperkuat kecenderungan konsumtif generasi muda.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Fintech PayLater

Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fintech paylater. Dengan nilai $t_{hitung} 4,642 > t_{tabel} 1,984$ dan signifikansi 0,000, literasi keuangan tidak selalu menurunkan perilaku konsumtif, bahkan semakin tinggi literasi, kecenderungan konsumtif meningkat. Hal ini dapat dijelaskan lewat Theory of Planned Behavior, khususnya aspek perceived behavioral control, di mana literasi mencerminkan rasa percaya diri dalam mengelola keuangan. Namun, kemampuan tersebut tidak selalu diikuti dengan pengendalian diri yang baik, apalagi bila terdorong oleh faktor lingkungan dan kemudahan akses teknologi. Studi serupa oleh Prihatini & Irianto (2021) mendukung temuan

ini, menyatakan bahwa meski memiliki pengetahuan keuangan, mahasiswa masih menunjukkan konsumsi tinggi akibat gaya hidup dan lemahnya kontrol diri. Dengan demikian, literasi keuangan harus diimbangi dengan sikap bijak agar perilaku konsumtif dapat dikurangi.

2. Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Fintech PayLater

Penelitian ini juga menemukan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna fintech paylater. Uji t parsial menunjukkan $t_{hitung} 7,364 > t_{tabel} 1,984$ dengan signifikansi 0,000, mengindikasikan bahwa semakin mudah penggunaan paylater dirasakan, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Berdasarkan teori UTAUT 2, khususnya konstruk effort expectancy, kemudahan akses, tampilan aplikasi yang sederhana, dan proses transaksi cepat membuat mahasiswa merasa nyaman menggunakan layanan tersebut. Kenyamanan ini memicu pembelian impulsif tanpa banyak pertimbangan, bahkan untuk kebutuhan yang kurang penting. Penelitian oleh Fitria & Nugroho (2023) serta Kholizah & Sulon (2025) mendukung temuan ini, menyatakan bahwa kemudahan teknologi mempercepat keputusan pembelian dan mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, kemudahan teknologi menjadi faktor utama yang harus diperhatikan dalam mengelola risiko konsumsi berlebih.

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Kemudahan terhadap Perilaku Konsumtif dalam Menggunakan Fintech PayLater

Secara simultan, literasi keuangan dan persepsi kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan nilai $F_{hitung} 90,498 > F_{tabel} 3,0902$ dan signifikansi 0,000, kedua variabel bersama-sama mampu menjelaskan 65,1% variasi perilaku konsumtif. Sisanya 34,9% dipengaruhi faktor lain seperti gaya hidup, kontrol diri, dan pengaruh sosial yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Dalam kerangka teori TPB dan UTAUT 2, literasi keuangan mencerminkan perceived behavioral control, sedangkan persepsi kemudahan berhubungan dengan effort expectancy. Mahasiswa dengan literasi baik seharusnya dapat mengelola keuangan secara bijak, namun kemudahan teknologi dan pengaruh sosial kadang mengurangi kontrol tersebut, memicu konsumsi berlebih. Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi antara pengetahuan finansial dan persepsi kemudahan teknologi sangat menentukan perilaku konsumtif, sehingga pengelolaan kedua aspek ini perlu menjadi fokus dalam pendidikan keuangan digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dilakukan oleh penulis terkait pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan *fintech paylater* pada mahasiswa di Kota Depok, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang didukung dengan hasil uji t dimana nilai t_{hitung} sebesar 4,642 dan nilai signifikansi 0,000. Artinya, semakin tinggi pemahaman keuangan mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif, khususnya ketika mereka merasa percaya diri dalam memahami risiko penggunaan layanan *paylater*.
2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif yang didukung dengan hasil uji t dimana nilai t_{hitung} sebesar 7,364 dengan nilai signifikansi 0,000. Artinya kemudahan dalam mengakses dan menggunakan layanan *paylater* seperti proses transaksi yang cepat, tampilan yang sederhana, serta promo yang menarik mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif.
3. Secara simultan, literasi keuangan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan dengan memberikan kontribusi sebesar 65,1% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 34,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa meskipun mahasiswa memahami konsep keuangan, tanpa adanya sikap konsumsi yang bijak dan kesadaran finansial yang kuat, mereka tetap rentan terhadap perilaku konsumtif akibat kemudahan teknologi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 107-118.
- Bank Indonesia. (2025). *Laporan Survei Konsumen - Januari 2025*. Dipetik Mei 15, 2025, dari Situs Bank Indonesia: <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/Laporan-Survei-Konsumen-Januari-2025.pdf>
- Chandra, E. (2022). The influence of fanaticism and consumptive behavior towards financial literacy in K-Pop fans: A study in an entrepreneurship-based university. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 11(2), 89-100.
- Fittria, A., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi harga dan ulasan produk terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi dalam marketplace. *Journal of Sharia Finance and Banking*, 188-199.
- Khasanah, R., & Ridwan, M. (2022). Tinjauan hukum Islam tentang transaksi e-commerce aplikasi Shopee dengan metode PayLater. *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 2(2), 123-131.
- Kholizah, A., & Sulton, M. (2025). Pengaruh gaya hidup, persepsi kemudahan dan literasi. *YUME: Journal of Management*, 127-137.
- Lone, U., & Bhat, S. (2024). Impact of financial literacy on financial well-being: A mediational role of financial self-efficacy. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(1), 122-137.
- Mbete, G., & Tanamal, R. (2020). Effect of easiness, service quality, price, trust of quality of information, and brand image of consumer purchase decision on Shopee online purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PTPertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 5 No 1*, 810-825.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 717-726

- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EcoGen*, 4(1), 25-34.
- Purwaningrum, E., Juwita, R., Ingriyani, L., Aminah, I., Zulmaita, & Fatimah, N. (2024). Peningkatan literasi keuangan masyarakat pendidik di Kota Depok. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 39-45. Diambil kembali dari <https://jurnal.pnj.ac.id/index.php/mak>
- Putri, S., Safitri, H., & Hariyanto, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan technology acceptance model terhadap minat menggunakan PayLater pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 64-72.
- Raharjo, B. (2021). *Fintech : Teknologi Finansial Perbankan Digital*. (J. T. Santoso, Penyunt.) Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM).
- Ristiyanti, P., & John, J. (2020). Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Kontrol Diri dan Jenis Kelamin pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, 16(2), 76-85.
- Ritonga, M., Windari, F., Sihite, T. H., & Siregar, M. (2021). The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion and Consumptive Behavior on Student Interests in Management Department, Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University in Using Financial Institution Products and Services. *Journal of Budapest International Research and Critics Institute*, 4(3).
- Safitri, T. (2021). Kontribusi Fintech Payment Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 140-145.
- 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. *Skripsi*. Medan: Universitas Medan Area.
- Sugiharti, H., & Maula, K. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounting: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804-818. doi:<https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taqwa, S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(7). Dipetik April 2, 2025
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, Volume 7(Nomor 2, hal. 189). doi:<https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Wulandari, N. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Promosi CashBack dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi OVO Pada Remaja di Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: STIA dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati.