



# Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech Digital Payment*, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di Kabupaten Jember

Moch. Alief Akbar Sugiarto

Universitas Muhammadiyah Jember

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i4.2872>

\*Correspondence: Moch. Alief Akbar Sugiarto

Email: [aliefakbar902@gmail.com](mailto:aliefakbar902@gmail.com)

Received: 22-08-2025

Accepted: 22-09-2025

Published: 22-10-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, *fintech digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan tergolong penelitian eksplanatif. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa di Kabupaten Jember yang pernah menggunakan layanan *fintech* dan terlibat aktif dalam aktivitas konsumsi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 398 orang. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, (2) *fintech digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan (3) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menekan perilaku konsumtif mahasiswa, sementara kemudahan akses terhadap pembayaran digital dan gaya hidup modern cenderung meningkatkan perilaku konsumtif.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, *Fintech Digital Payment*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif Mahasiswa

## Pendahuluan

Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami transformasi sosial-ekonomi yang pesat, disertai dengan perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, terutama di kalangan generasi muda. Mahasiswa, sebagai bagian dari Generasi Z, semakin terpapar pada lingkungan konsumsi digital yang mendorong kepuasan instan dan pengeluaran berorientasi gaya hidup (Rahmawati & Cahyani, 2022). Fenomena perilaku konsumtif ini—yang didefinisikan sebagai pengeluaran berlebihan yang didorong oleh motif emosional dan sosial alih-alih kebutuhan rasional—telah muncul sebagai kekhawatiran yang semakin meningkat di era digital (Putri & Nugraha, 2021).

Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membekali individu dengan kemampuan mengelola keuangan secara bijaksana. Namun, studi menunjukkan bahwa banyak pelajar di Indonesia menunjukkan tingkat literasi keuangan yang rendah, yang menghambat pengambilan keputusan dan menyebabkan pola konsumsi yang tidak rasional (Nur & Kustina, 2023). Bersamaan dengan itu, pesatnya pertumbuhan teknologi

finansial (fintech), khususnya platform pembayaran digital seperti dompet elektronik (e-wallet), QRIS, dan layanan *PayLater* , telah memfasilitasi transaksi yang mudah dan cepat, seringkali tanpa konsumen sepenuhnya menyadari arus keluar keuangan mereka (Utami & Wibowo, 2022). Meskipun platform-platform ini meningkatkan kenyamanan, mereka juga menghadirkan risiko perilaku, seperti pembelian impulsif dan peningkatan utang konsumen.

Menurut survei nasional Jakpat (2024), 97% pengguna digital di Indonesia telah mengadopsi dompet elektronik, dan 33% telah menggunakan layanan *PayLater* . Kemudahan transaksi ini telah dikaitkan dengan peningkatan pengeluaran impulsif, terutama di kalangan mahasiswa, yang seringkali kurang berpengalaman dalam mengelola keuangan. Lebih lanjut, faktor gaya hidup—terutama yang dipengaruhi oleh tren media sosial, konformitas teman sebaya, dan citra diri—telah terbukti berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif (Yuliana & Hardiyanti, 2022).

Meskipun literatur semakin banyak, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam mengkaji pengaruh gabungan literasi keuangan, *fintech digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, terutama dalam konteks mahasiswa di wilayah Indonesia. Sebagian besar penelitian sebelumnya telah mengkaji variabel-variabel ini secara terpisah atau dalam kerangka perilaku keuangan yang lebih luas, tanpa berfokus secara eksplisit pada kecenderungan konsumsi aktual dan hasil perilaku di lingkungan pendidikan tinggi.

Studi ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut dengan mengkaji pengaruh literasi keuangan, *fintech digital payment*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Jember. Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis integratifnya terhadap berbagai prediktor perilaku dalam kerangka konsumerisme digital di kalangan Generasi Z. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan teoretis maupun implikasi praktis untuk meningkatkan edukasi keuangan dan mendorong perilaku keuangan yang lebih rasional di kalangan konsumen muda di Indonesia.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan tergolong penelitian eksplanatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Kabupaten Jember yang aktif berkonsumsi dan berpengalaman menggunakan platform *fintech digital payment*.

Ukuran sampel terdiri dari 398 responden yang dipilih secara purposive sampling, dengan kriteria usia (18–25 tahun), penggunaan aktif aplikasi fintech misalnya (*ShopeePay*, *OVO*, *Dana*, *GoPay*), dan perilaku konsumsi minimum bulanan untuk barang-barang non-esensial. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan program SPSS versi 26. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah literasi keuangan (X1), *fintech digital payment* (X2), dan gaya hidup (X3), sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumen (Y).

## Hasil dan Pembahasan

Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26 yang meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

### Pengujian Instrumen

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product-Moment menunjukkan bahwa semua item di seluruh variabel—literasi keuangan ( $X_1$ ), *fintech digital payment* ( $X_2$ ), gaya hidup ( $X_3$ ), dan perilaku konsumen ( $Y$ )—memiliki koefisien korelasi yang lebih besar daripada nilai  $r$  kritis (0,099), yang menunjukkan validitas. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai di atas 0,60 untuk semua variabel, yang mengonfirmasi konsistensi dan reliabilitas internal ( $X_1 = 0,939$ ,  $X_2 = 0,898$ ,  $X_3 = 0,939$ ,  $Y = 0,800$ ).

### Pengujian Asumsi Klasik:

1. Uji Normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,148 ( $> 0,05$ ) yang menunjukkan data terdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas menunjukkan semua nilai VIF di bawah 10 dan nilai toleransi di atas 0,10, menunjukkan tidak ada multikolinearitas.
3. Uji Heteroskedastisitas dengan metode Glejser menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas, karena semua nilai signifikansi melebihi 0,05.

### Analisis Regresi Linier Berganda:

Model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,414 - 0,044X_1 + 0,270X_2 + 0,187X_3 + e$$

Hal ini menunjukkan adanya pengaruh negatif literasi keuangan ( $X_1$ ) dan pengaruh positif *fintech digital payment* ( $X_2$ ) serta gaya hidup ( $X_3$ ) terhadap perilaku konsumen ( $Y$ ).

### Pengujian Hipotesis (Uji-t):

1. Literasi keuangan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumen ( $t = -2,194$ ,  $p = 0,029$ ).
2. *Fintech digital payment* ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif signifikan ( $t = 6,559$ ,  $p < 0,001$ ).
3. Gaya hidup ( $X_3$ ) juga mempunyai pengaruh positif signifikan ( $t = 4,722$ ,  $p < 0,001$ ).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ ):

Nilai  $R^2$  sebesar 0,504 menunjukkan bahwa 50,4% variasi perilaku konsumen dijelaskan oleh tiga variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ), sedangkan sisanya 49,6% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model.

Hasil analisis regresi dirangkum sebagai berikut:

1. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumen ( $\beta = -0,284$ ,  $p < 0,05$ ).
2. *Fintech digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen ( $\beta = 0,267$ ,  $p < 0,05$ ).

3. Gaya hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen ( $\beta = 0,349$ ,  $p < 0,05$ ).

Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat bertindak sebagai faktor perlindungan terhadap konsumsi berlebihan, sementara aksesibilitas fintech dan orientasi gaya hidup berkontribusi positif terhadap konsumerisme di kalangan pelajar.

### *Diskusi*

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumen di kalangan mahasiswa di Kabupaten Jember. Mahasiswa dengan literasi keuangan rendah cenderung kurang memiliki keterampilan penganggaran, membuat keputusan keuangan impulsif, dan lebih rentan terhadap pengeluaran berlebihan, terutama ketika terpapar layanan keuangan digital. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya (Mursalim & Abdullah, 2024) (Agustin & Abidin, 2024) (Simarmata et al, 2024), yang menekankan bahwa pemahaman yang tidak memadai tentang konsep keuangan dan perencanaan yang buruk menyebabkan tingkat konsumerisme yang lebih tinggi. Hasil tersebut menegaskan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi mengurangi kecenderungan perilaku konsumen. Hal ini sejalan dengan Lusardi dan Mitchell (2017), yang menekankan bahwa keputusan keuangan yang terinformasi mengarah pada kebiasaan belanja yang lebih bijaksana. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang kuat lebih mungkin untuk menganggarkan secara efektif, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan menghindari utang.

Sebaliknya, penggunaan *fintech digital payment* menunjukkan efek positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Kemudahan, kecepatan, dan fitur-fitur menarik dari platform pembayaran digital (misalnya, dompet elektronik, PayLater ) mendorong pengeluaran impulsif dan mengurangi evaluasi rasional sebelum pembelian. Meskipun mahasiswa menunjukkan kemahiran teknis dalam menggunakan perangkat fintech, kurangnya kesadaran finansial mereka memperburuk kecenderungan konsumsi yang tidak terencana, sejalan dengan temuan Rubini (2022) dan didukung oleh pola perilaku yang diamati dalam studi ini. Dampak positif *fintech digital payment* terhadap perilaku konsumen juga konsisten dengan studi-studi sebelumnya (Kusuma & Rachmawati, 2023), yang mencatat bahwa kemudahan transaksi digital meningkatkan kenyamanan berbelanja, yang berpotensi mengarah pada pembelian impulsif.

Lebih lanjut, gaya hidup memberikan pengaruh positif paling kuat terhadap perilaku konsumen. Gaya hidup hedonistik dan berorientasi tren, didorong oleh pengaruh sosial dan keinginan untuk diterima secara sosial, berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pengeluaran. Mahasiswa termotivasi oleh citra, hiburan, dan aktivitas sosial, seringkali melakukan pembelian bukan karena kebutuhan melainkan untuk mempertahankan identitas sosial tertentu. Hal ini mendukung penelitian Lestari et al. (2024), Alzura & Khalifaturofi'ah (2024), dan Yuneline et al. (2023), yang menyoroti gaya hidup sebagai penentu penting konsumerisme di kalangan mahasiswa. Lebih lanjut, gaya hidup muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh, mendukung temuan Lestari et al. (2024), yang

mengamati bahwa mahasiswa yang menjalani gaya hidup hedonistik lebih rentan terhadap konsumsi yang tidak terencana. Pengejaran validasi sosial dan citra diri—yang diperkuat oleh media sosial—memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan belanja.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumen yang berlebihan, sementara penggunaan teknologi finansial yang tidak diatur dan konsumsi yang didorong oleh gaya hidup menghadirkan risiko besar bagi kesejahteraan finansial pelajar.

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kabupaten Jember, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan, maka semakin rendah kecenderungannya untuk bersikap konsumtif. Sebaliknya, penggunaan fintech digital payment dan gaya hidup modern terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti kemudahan akses transaksi digital serta orientasi hidup pada kenyamanan, tren, dan pencitraan diri turut mendorong meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun saran dari penelitian ini, bagi akademisi, hasil temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan tambahan dalam mengkaji perilaku konsumtif di berbagai wilayah lainnya. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, media sosial, atau promosi, serta mempertimbangkan pendekatan kualitatif melalui wawancara agar memperoleh data yang lebih komprehensif. Sementara itu, bagi praktisi, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam merancang strategi atau kebijakan edukatif guna meningkatkan literasi keuangan, serta menyikapi pengaruh gaya hidup dan kemudahan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

## Daftar Pustaka

- Agustin, I. D., & Abidin, F. I. N. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>
- Alfira, B., & Hudaya, R. (2024). The Influence of Financial Literacy, Financial Technology and Hedonistic Lifestyle on Student Financial Behavior. *International Journal of Business and Quality Research*, 2(1), 112–125. <https://www.e-journal.citakonsultindo.or.id/index.php/IJBQR/article/view/722>
- Alzura, D., & Khalifaturofi'ah, S. O. (2024). How Students' Use of E-Commerce, E-Money, Financial Literacy, Self-Control, and Lifestyle Affect Their Consumptive Behavior. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA)*, 13(2), 221–234. <https://doi.org/10.34010/jika.v13i2.12127>
- Arslanian, H., & Fischer, F. (2020). *The Future of Finance*. Wiley.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management* (15th ed.). Cengage Learning.

- Citra, R. Y., & Komara, E. F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Pengelolaan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 696–708. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i1.1393>
- Flanders, C. (2018). *The Year of Less: How I Stopped Shopping, Gave Away My Belongings, and Discovered Life Is Worth More Than Anything You Can Buy in a Store*. Penguin Books.
- Foster, B., Sukono, & Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the Effect of Financial Literacy, Practicality, and Consumer Lifestyle on the Use of Chip-Based Electronic Money Using SEM. *Sustainability*, 14(1), 32. <https://doi.org/10.3390/su14010032>
- Hatari, M. M., & Wediawati, T. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Literasi Keuangan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Penggunaan Dompot Digital Dana Dalam Transaksi Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 30–36.
- Jogiyanto, H. M. 2011. *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian Dalam Penelitian*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Karo-Karo, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 1–151.
- Kiyosaki, R. T. (2017). *Rich Dad Poor Dad: What the Rich Teach Their Kids About Money That the Poor and Middle Class Do Not!*. Plata Publishing.
- Koch, A., Nafziger, J., & Nielsen, H. S. (2019). Behavioral economics of education. *Journal of Economic Perspectives*, 29(3), 3–24
- Lembke, A. (2021). *Dopamine Nation: Finding Balance in the Age of Indulgence*. Dutton.
- Lestari, D. S., Mutmainah, K., & Romandhon. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(1), 119–208.
- Maulana, M. G., & Yuliviona, R. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Aplikasi Dana Di Kota Padang. 5–6.
- Mester, E. (2024). *American Bulk: Essays on Excess*. Farrar, Straus and Giroux.
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (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.
- Oktaviana, H., & Aji, S. S. B. (2025). How Financial Literacy Shapes Impulsive 'Paylater' Buying Among Yogyakarta Students. *Proceeding International Conference on Accounting and Finance*, 3, 209–224. <https://journal.uui.ac.id/inCAF/article/view/38427>
- Olen, H., & Pollack, H. (2016). *The Index Card: Why Personal Finance Doesn't Have to Be Complicated*. Penguin Books.
- Rio Adi Saputra, G., Suyanto, & Sari, G. P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Pemoderasi. *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 291–299.
- Rubini, A. (2022). *Fintech in a Flash*. Agustin Rubini Publishing.

- 
- Sabatier, G. (2019). *Financial Freedom: A Proven Path to All the Money You Will Ever Need*. Penguin Random House.
- Schwartz, G. (2011). *The Impulse Economy: Understanding Mobile Shoppers and What Makes Them Buy*. Simon and Schuster.
- Serly, M. P., & Sri, A. J. K. P. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Technology , Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada. *Jurnal MANEKSI*, 14(01), 154–161.
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475.
- Sudaryono. 2017. *Metode Penelitian*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tu, V. (2023). *Rich AF: The Winning Money Mindset that Will Change Your Life*. Penguin Random House.
- Yuneline, M. H., Kurniawan, D. W., & Siahaan, H. (2023). The Role of Digital Finance, Financial Literacy, and Lifestyle on Financial Behaviour. *HOLISTICA – Journal of Business and Public Administration*, 14(2), 97–115. <https://doi.org/10.2478/hjbpa-2023-0018>