

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN APLIKASI FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN

HIKMAH AFRIANTI SETIO SUSILA

A021191041



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN APLIKASI FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh :

HIKMAH AFRIANTI SETIO SUSILA

A021191041



Kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2023

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN APLIKASI FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN

Disusun dan diajukan Oleh :

Hikmah Afrianti Setio Susila

A021191041

Telah diperiksa dan disetujui diuji

Makassar, 27 Februari 2023


Pembimbing Utama



Dr. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si.

NIP. 196806291994031002

Pembimbing Pendamping



Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil., DBA., CWM.

NIP. 197705102006041003

Ketua Departemen Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Hasanuddin



Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil., DBA., CWM.

NIP. 197705102006041003

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN APLIKASI FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN

Disusun dan diajukan Oleh :

HIKMAH AFRIANTI SETIO SUSILA
A021191041

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 8 Maret 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Muhammad Sobarsyah, S.E.,M.Si.	Ketua	1..... 
2.	Andi Aswan, S E ,MBA.,M.Phil.	Sekretaris	2..... 
3.	Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E.,M.Si.,CIPM.,CWM.	Anggota	3..... 
4.	Dr. Mursalim Nohong, S E ,M.Si.	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Andi Aswan, S.E.,MBA.,M.Phil.
NIP. 197705102006041003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Hikmah Afrianti Setio Susila

NIM : A021191041

Jurusan/program studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul
**Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Aplikasi FinTech
terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin**

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapt karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Makassar,

Yang membuat pernyataan,



Hikmah Afrianti Setio Susila

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, dan Aplikasi FinTech terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin”**, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, nasehat dan saran dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Kedua orang tua terkasih, Bapak Sulaeman Basir dan Ibu Supriatin, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa dan dukungan setiap kali penulis merasa letih menghadapi semuanya.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, S.E.,M.Si.,CIPM.,CWM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
3. Bapak Dr. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing utama dan bapak Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil., DBA., CWM selaku dosen pembimbing pendamping skripsi atas segala bimbingan, arahan, serta saran yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. H. Syamsu Alam, S.E.,M.Si.,CIPM.,CWM selaku dosen penguji I dan bapak Dr. Mursalim Nohong, S.E.,M.Si selaku dosen penguji II yang

telah memberikan banyak masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. Muhammad Idrus Taba, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
6. Bapak Tamsir dan bapak Bustanil selaku staff administrasi departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang senantiasa membantu dan memudahkan segala pengurusan berkas selama melakukan studi.
7. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
8. Keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Teman terdekat saya, Indah Cahyani atas kehangatan dan persahabatan yang sangat membantu penulis sepanjang penulisan skripsi ini, yang senantiasa memberikan dukungan moral dan semangat dikala penulis merasa lelah.
10. Keluarga *Chamber of Secret* : Radia Mardiana, Dinda Khairunnisa, Virginia Putri, dan Hilda Sulistina yang senantiasa memberikan kasih sayang, semangat, dorongan, dan menemani penulis dari semester pertama perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman Angelisme yang senantiasa memberikan dukungan dan menghibur penulis dikala penat dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman KKN UNHAS TATOR 107 yang telah memberikan penulis dukungan, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga yang belum pernah penulis rasakan sebelumnya.
13. Teman-teman Manajemen 2019, Immaj FEB-UH, dan pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam mengembangkan diri dan pengalaman selama masa studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
14. Diri saya sendiri yang begitu luar biasa, yang tidak menyerah dan kooperatif dalam menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam penulisan skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggungjawab penulis dan bukan para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, Maret 2023



Hikmah Afrianti Setio Susila

ABSTRAK

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SIKAP KEUANGAN, DAN APLIKASI
FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS HASANUDDIN**
*THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL ATTITUDES, AND
FINTECH APPLICATIONS ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS OF
THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, HASANUDDIN
UNIVERSITY*

Hikmah Afrianti Setio Susila
Dr. Muhammad Sobarsyah, S.E., M.Si
Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil., DBA., CWM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan aplikasi FinTech terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan media google form kepada 95 responden. Metode pengolahan data menggunakan program SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 25.0. Adapun alat analisis statistik data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel sikap keuangan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, variabel aplikasi fintech secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif namun secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Kata kunci : literasi keuangan, sikap keuangan, aplikasi fintech, perilaku konsumtif.

This study aims to determine the effect of financial literacy, financial attitudes, and FinTech applications on consumptive behavior in students of the Faculty of Economics and Business, Hasanuddin University. In this study, the data collection method used was primary data by distributing questionnaires online using Google form media to 95 respondents. The data processing method uses the SPSS (Statistical Program for Social Science) version 25.0. The data statistical analysis tool used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that partially and simultaneously the financial literacy variable has a negative and significant effect on consumptive behavior, the financial attitude variable partially and simultaneously has a positive and significant effect on consumptive behavior, the fintech application variable simultaneously has an effect on consumptive behavior but partially there is no effect significant.

Keywords: *financial literacy, financial attitudes, fintech applications, consumptive behavior.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT/ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penulisan.....	6
1.4 Manfaat Penulisan.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1. Literasi Keuangan.....	9
2.1.1.1. Tingkat Literasi Keuangan Penduduk Indonesia.....	9
2.1.1.2. Indikator Literasi Keuangan.....	10
2.1.2. Sikap Keuangan.....	10
2.1.2.1 Pengertian Sikap Keuangan.....	10
2.1.2.2 Indikator Sikap Keuangan.....	11
2.1.3. Aplikasi FinTech.....	11
2.1.3.1 Pengertian Aplikasi FinTech.....	11
2.1.3.2 Indikator Aplikasi FinTech.....	12
2.1.4. Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.4.2 Indikator Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.4.3 Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	13
2.2 Tinjauan Empirik.....	14
2.3 Kerangka Penelitian.....	18
2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.....	18
2.3.2 Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.....	18
2.3.3 Pengaruh Aplikasi FinTech terhadap Perilaku Konsumtif.....	19
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian.....	21
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	21
3.1.2 Jenis Penelitian.....	21

3.2	Tempat dan Waktu	22
3.3	Populasi dan Sampel.....	22
	3.3.1 Populasi	22
	3.3.2 Sampel.....	22
3.4	Jenis dan Sumber Data	23
	3.4.1 Jenis Data	23
	3.4.2 Sumber Data	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6	Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	24
	3.6.1 Variabel Independen (X)	25
	3.6.2 Variabel Dependensi (Y).....	25
	3.6.3 Defenisi Operasional.....	25
3.7	Instrumen Penelitian.....	27
3.8	Analisis Data.....	28
	3.8.1 Metode Pengolahan Data	28
	3.8.1.1 Uji Validitas.....	29
	3.8.1.2 Uji Realibilitas.....	29
	3.8.2 Metode Penyajian Data.....	29
	3.8.3 Alat Analisis Statistik Data	30
	3.8.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
	3.8.3.1.1 Uji Normalitas	30
	3.8.3.1.2 Uji Multikolinieritas.....	30
	3.8.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas	31
	3.8.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	31
	3.8.3.3 Pengujian Hipotesis.....	32
	3.8.3.3.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	32
	3.8.3.3.2 Koefisien Determinasi (R_2)	32
	3.8.3.3.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	33
	BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.2	Deskripsi Responden	36
	4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jurusan	36
	4.2.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Angkatan	37
	4.2.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Aplikasi FinTech yang Digunakan	37
	4.2.4 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Aplikasi FinTech	38
4.3	Deskripsi Variabel.....	38
	4.3.1 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan	39
	4.3.2 Deskripsi Variabel Sikap Keuangan	40
	4.3.3 Deskripsi Variabel Aplikasi FinTech	41
	4.3.4 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif	42
4.4	Hasil Analisis Data Penelitian	44
	4.4.1 Uji Validitas	44
	4.4.2 Uji Reliabilitas.....	46
	4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
	4.4.3.1 Uji Normalitas	47

4.4.3.2 Uji Multikolinieritas.....	49
4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.5 Uji Hipotesis.....	51
4.4.5.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	51
4.4.5.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	54
4.4.5.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	54
4.5 Pembahasan.....	57
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran.....	63
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019 dan 2022.....	18
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Defenisi Operasional	39
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	42
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jurusan	50
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jurusan	51
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jurusan	51
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pengalaman menggunakan Aplikasi FinTech.....	52
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Variabel literasi keuangan	53
Tabel 4.6 Hasil Deskripsi Variabel sikap keuangan	54
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Variabel Aplikasi Fintech	55
Tabel 4.8 Hasil Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Keuangan (X2)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Aplikasi FinTech (X3)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	64
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
Tabel 4.17 Hasil Uji F	67

Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji T	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Platform Pembayaran Digital di Indonesia	17
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	83
LAMPIRAN 2 Hasil Olah Data	88
LAMPIRAN 3 Hasil Analisis Data Menggunakan SPSS	94
LAMPIRAN 4 Biodata Diri.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akhir-akhir ini terjadi suatu fenomena perilaku konsumtif yang serba instan bagi generasi muda yang dapat memicu pada suatu tindakan *shopaholic* yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang terlebih lagi masih banyak mahasiswa yang meminta bantuan orang tua untuk membayar semua barang belanjanya. Tidak sedikit juga generasi muda yang menabung kemudian digunakan untuk membeli tiket konser, wisata, ataupun memperbaiki penampilan dan gaya hidup. Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif pada generasi milenial, yang mana perilaku konsumtif sendiri adalah perilaku yang menunjukkan seseorang membeli sesuatu secara berlebihan terhadap barang dan jasa yang secara ekonomis bersifat pemborosan yang mana pembelian dengan mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan, yang mengakibatkan generasi milenial tidak bisa menabung dan cenderung boros.

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat pada saat ini berdampak pada perilaku masyarakat dengan budaya praktisnya. Dimana masalah keuangan tidak hanya dialami oleh yang sudah berpasangan bahkan berkeluarga nyatanya generasi milenial khususnya mahasiswa pun bisa mengalami masalah keuangan, generasi milenial dinilai sangat konsumtif dengan gaya hidup kekinian yang dinilai menuntut banyak uang dalam hal berbelanja. Apalagi dengan hadirnya aplikasi yang menawarkan metode pembayaran yang dilakukan secara online sehingga

berbelanja pada masa kini sangat mudah yang mana bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun hanya dengan sebuah gadget.

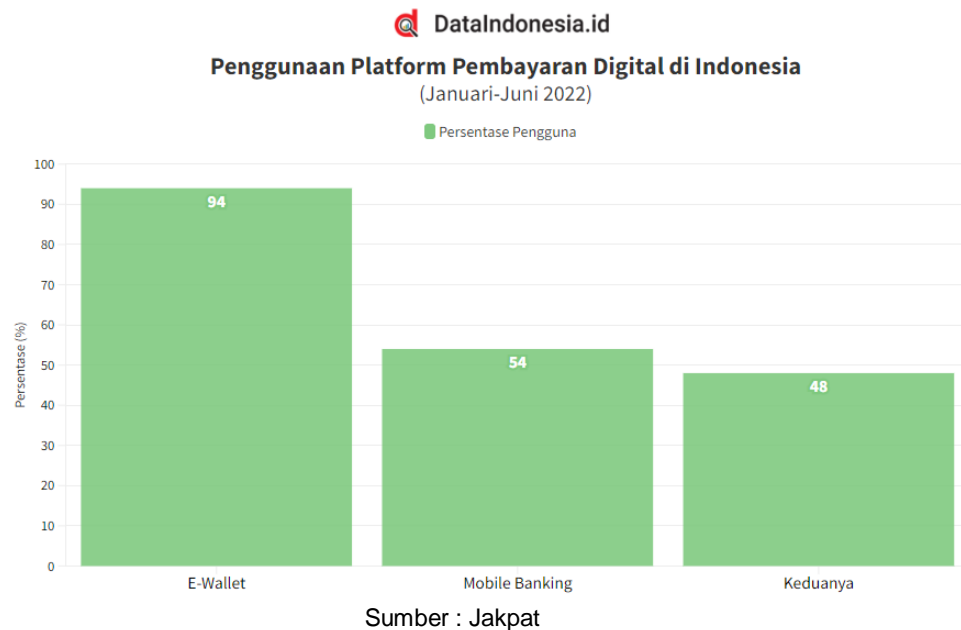
Saat ini terjadi evolusi di sektor keuangan yang dikenal sebagai istilah Financial Technology (FinTech). FinTech dalam beberapa literatur memiliki bermacam defenisi. Dalam artian luas, FinTech didefenisikan sebagai industri yang terdiri dari beberapa perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien (World Bank, 2016). Kemudian Bank Indonesia juga mendefenisikan FinTech sebagai suatu penggunaan teknologi sistem keuangan dimana digunakan untuk menghasilkan suatu produk, layanan, teknologi, dan suatu model bisnis yang baru yang dapat berdampak pada stabilitas sistem keuangan, stabilitas moneter, efisiensi, dan/atau kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran. (Mawadda, R. Sanusi A).

Namun, dengan penggunaan teknologi ini dapat menimbulkan perilaku dari masyarakat seperti pola hidup yang konsumtif dan cenderung impulsif dalam melakukan pembelian sehingga kebutuhan yang dibeli semakin menjadi tidak rasional. Dengan adanya perilaku konsumtif yang tinggi membuat pengelolaan keuangan individu semakin sulit. Umumnya seseorang merasa malas untuk melakukan pencatatan akan pengeluaran, sedangkan masalah dalam masyarakat ini disebabkan karena umumnya pendapatan yang dimiliki kurang ataupun belum cukup jika dibandingkan dengan kebutuhan yang ingin dimiliki serta kepemilikan cadangan biaya terbatas.

Masyarakat saat ini banyak menggunakan internet untuk melakukan layanan finansial. Berdasarkan survei Jakpat, sebanyak 94%

responden memilih untuk menggunakan dompet digital (e-wallet). Sementara, hanya 54% responden yang menggunakan layanan perbankan bergerak (mobile banking).

Gambar 1.1 Data Penggunaan Platform Pembayaran Digital di Indonesia



Layanan pembayaran digital (digital payment) semakin banyak digunakan oleh konsumen di Indonesia. Terlebih setelah pandemi Covid-19 yang membuat banyak aktivitas dilakukan secara daring (online). Berdasarkan hasil survei Jakpat, ada 52% responden di Indonesia yang menggunakan layanan pembayaran digital pada semester I/2022. Persentase itu lebih tinggi dibandingkan setahun sebelumnya yang sebesar 40%. Dalam melakukan pembayaran digital, 94% responden menggunakan dompet digital (e-wallet). Sebanyak 54% responden menggunakan layanan perbankan bergerak (mobile banking). Sedangkan, 48% responden menggunakan keduanya.

Dengan berkembang pesatnya layanan pembayaran digital, diperlukan sikap keuangan individu dimana hal ini juga menjadi salah satu

faktor yang bisa memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif yang dialami oleh individu. Dimana sikap keuangan itu sendiri memiliki pengertian suatu keadaan akan pendapat, pikiran, serta adanya evaluasi mengenai keuangan. Dengan adanya Sikap akan keuangan secara pribadi ialah bagian penting guna sukses ataupun tidaknya suatu keuangan. Sikap akan keuangan ialah adanya kecenderungan akan sikap dengan sifat positif maupun negatif mengenai uang. Sikap akan keuangan bisa memberikan pengaruh akan kondisi dari keuangan individu guna menjalani keseharian, jika seseorang individu tidak bisa mengambil suatu sikap serta membuat suatu kesalahan di dalam perencanaan tentunya dapat menimbulkan dampak jangka panjang.

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68% , naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03%. Sementara indeks inklusi keuangan tahun ini mencapai 85,10% meningkat dibanding periode SNLIK sebelumnya di tahun 2019 yaitu 76,19%. Hal tersebut menunjukkan gap antara tingkat literasi dan tingkat inklusi semakin menurun, dari 38,16% di tahun 2019 menjadi 35,42% di tahun 2022.

Tabel 1.1 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2019 dan 2022

Indeks	2019	2022
Literasi	38,03%	49,68%
Inklusi	76,19%	85,10%
Gap	38,16%	35,42%

Sumber : Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022 OJK

Di era serba canggih ini mahasiswa memiliki literasi keuangan yang rendah hal ini dikarenakan kegiatan konsumtif dan kurangnya

pengetahuan dalam mengatur keuangan yang tepat. Alhasil hal tersebut mengakibatkan mahasiswa cenderung gagal dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu, diperlukan suatu cara yang dapat mengatur keuangan mahasiswa secara baik dan terarah. Pemahaman terhadap literasi keuangan sangatlah penting bagi mahasiswa yang lebih dikenal dengan sifat konsumtifnya dan tidak memiliki pengetahuan keuangan yang baik (beritasatu.com). Bahkan mahasiswa dikatakan akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sehingga gener mahasiswa sangat diharapkan melengkapi diri dengan pengetahuan keuangan yang baik sebagai modal masa depan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin tentunya memiliki tingkat literasi keuangan, sikap keuangan, dan penggunaan aplikasi FinTech yang berbeda-beda. Namun, apabila perilaku seperti ini tidak dapat dikendalikan oleh individu tentu saja akan membuat individu terjebak dalam perilaku konsumtif yang berkepanjangan.

Sehingga berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, sikap keuangan, dan aplikasi FinTech akan memengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?
- b. Bagaimana pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?
- c. Bagaimana pengaruh aplikasi FinTech terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan penulisan penelitian ini, yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- b. Untuk mengetahui pengaruh sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- c. Untuk mengetahui pengaruh aplikasi FinTech terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin

1.4 Manfaat Penulisan

Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dan mendukung literatur mengenai pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan aplikasi FinTech terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas pengetahuan mengenai apa saja faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti setelahnya khususnya peneliti yang memiliki objek penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai wadah bagi peneliti dalam penerapan disiplin ilmu yang telah didapatkan sebelumnya, serta dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana mengelola keuangan dan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.

b. Bagi Mahasiswa yang dijadikan objek penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada mahasiswa pentingnya pengetahuan keuangan dan bagaimana mengelola/merencanakan keuangan dengan baik sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif.

c. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi literasi dalam mengetahui hubungan antara faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif khususnya pada mahasiswa dan sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya.

d. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan masyarakat sebagai bahan bacaan untuk meningkatkan literasi keuangannya, pengelolaan/perencanaan keuangannya sehingga kedepannya terdorong untuk lebih *aware* terhadap kegiatan konsumsi.

1.5 Sistematika Penulisan

- a. BAB I PENDAHULUAN : Bagian ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA : Bagian ini berisi tinjauan teoritis, tinjauan empirik, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian.
- c. BAB III METODE PENELITIAN : Bagian ini berisi rancangan penelitian, Tempat dan Waktu, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional, Instrumen Penelitian, dan Analisis Data.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1. Literasi Keuangan

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia menjelaskan literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan dan kecakapan dalam mengaplikasikan pemahaman mengenai konsep dan risiko, keterampilan agar mampu membuat suatu keputusan yang efektif dalam konteks finansial sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, serta dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat. Lusardi (2012) menyatakan bahwa literasi keuangan adalah keterampilan yang harus dikuasai setiap orang untuk meningkatkan taraf hidupnya dengan memahami perencanaan dan alokasi sumber daya keuangan yang memadai dan efektif.

2.1.1.1 Tingkat Literasi Keuangan

Pelaksanaan Edukasi dalam rangka meningkatkan keuangan masyarakat sangat diperlukan karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK pada 2013, bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni:

- Well literate (21,84%), yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- Sufficient literate (75,69%), memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk

fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

- *Less literate* (2,06%), hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- *Not literate* (0,41%), tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2.1.1.2 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat diukur dengan beberapa faktor (Hidajat 2018), yaitu:

- *Saving*: kegiatan menyisihkan uang untuk ditabung yang dapat diambil kapan saja
- *Investment*: kegiatan menanamkan modal pada masa sekarang, dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa yang akan datang.
- *Debt*: sesuatu yang dipinjam oleh seseorang atau perusahaan berupa uang maupun benda.

2.1.2 Sikap Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Sikap Keuangan

financial attitude atau sikap keuangan adalah respon yang dimiliki oleh seseorang untuk membantu individu tersebut dalam menentukan sikap yang berhubungan dengan keuangan, baik dalam hal manajemen keuangan, penganggaran keuangan pribadi, atau bagaimana keputusan individu mengenai bentuk investasi yang akan diambil (Zahroh, 2014).

2.1.2.2 Indikator Sikap Keuangan

Menurut Furnham (1984), Sikap keuangan dapat dicerminkan dalam 6 indikator, diantaranya :

- a) *Obsession*, merujuk pada pola pikir seseorang mengenai uang dan persepsinya mengenai masa depan untuk mengelola uang dengan baik.
- b) *Power*, merujuk pada seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menganggap uang dapat menyelesaikan masalah.
- c) *Effort*, merujuk pada seseorang yang merasa pantas mendapatkan uang dari apa yang telah dikerjakannya.
- d) *Inadequacy*, merujuk pada seseorang yang selalu merasa tidak cukup dalam memiliki uang.
- e) *Retention*, merujuk pada seseorang yang cenderung tidak ingin menghabiskan uangnya.
- f) *Security*, merujuk pada seseorang yang mempunyai pandangan sangat kuno tentang uang seperti beranggapan bahwa uang lebih baik hanya disimpan sendiri tanpa ditabung di bank atau digunakan untuk investasi.

2.1.3 Aplikasi FinTech

2.1.3.1 Pengertian Aplikasi FinTech

Financial technology/FinTech merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap-muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja (Bank Indonesia, 2017).

2.1.3.2 Indikator Aplikasi FinTech

Menurut Shintiya Dewi, Andhadari dan Shobar M (2018) Indikator Aplikasi *Financial Technology* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Pengetahuan umum FinTech, Kemampuan seseorang dalam mengetahui inovasi dalam industri jasa keuangan
- b. Intensitas penggunaan, tingkat keseringan dalam menggunakan sesuatu berdasarkan durasi dan frekuensinya dikarenakan rasa senang melakukan aktifitas tersebut
- c. Kemudahan bertransaksi, ketika seseorang merasa bahwa ia tidak perlu mengeluarkan banyak usaha dan tenaga agar dapat menggunakan teknologi baru secara biasa atau normal
- d. Manfaat penggunaan, memberikan kemudahan kepada masyarakat, terutama dalam masalah kebutuhan dana keuangan untuk berbagai kepentingan
- e. Resiko, kemampuan seseorang dalam mengetahui apa saja resiko yang akan timbul dalam penggunaan Fintech

2.1.4 Perilaku Konsumtif

2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Chtita, David & oali (2015) Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana.

2.1.4.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Ghifari (2003) mengemukakan bahwa aspek-aspek sikap konsumtif merupakan indikator perilaku konsumtif. Adapun indikator tersebut yaitu :

- a. Pembelian secara impulsif. Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian.
- b. Pembelian secara tidak rasional. Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga.
- c. Pemborosan (*wasteful buying*). Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menguakan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

2.1.4.3 Karakteristik Perilaku Konsumtif

Karakteristik yang digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan karena berdasarkan manfaat dan kegunaan
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga status
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

2.2 Tinjauan Empirik

Tinjauan empiris merupakan hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan beberapa konsep yang relevan. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
1.	Dilasari (2020)	Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Life Style, Locus of Control dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan data primer yang diperoleh dari responden dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner.	financial literacy mampu memprediksi perilaku konsumtif karena semakin tinggi tingkat pengetahuan literasi maka akan semakin rendah mahasiswa berperilaku konsumtif. Financial behaviour mampu memprediksi perilaku konsumtif karena perilaku keuangan sangat penting, jika masing-masing individu mempunyai financial behaviour yang baik maka akan mengurangi perilaku konsumtif. Financial attitude mampu memprediksi perilaku konsumtif karena semakin tinggi tingkat financial attitude yang tinggi mahasiswa akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Life style mampu memprediksi perilaku konsumtif, karena gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitasnya sendiri. Locus of control mampu memprediksi perilaku konsumtif, karena mahasiswa yang mempunyai locus of control yang rendah akan

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				<p>mudah berperilaku konsumtif. Demografi mampu memprediksi perilaku konsumtif, karena semakin tinggi pendapatan yang diperoleh mahasiswa semakin tinggi tingkat daya beli mahasiswa terhadap kebutuhannya.</p>
2.	Mickel Jerri Kurniawan Ray, Mashudi, Herkulana (2022)	Pengaruh Penggunaan FinTech Mobile Payment dan Aplikasi Belanja Online terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 88 responden	<p>Fintech mobile payment memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya peningkatan dikarenakan fintech mobile payment mudah dipelajari, fleksibel serta mudah digunakan. Aplikasi belanja online tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya jika dilihat dari indikator aplikasi belanja online yang digunakan oleh peneliti yakni kenyamanan belanja, desain situs, informatif, dan keamanan. Maka perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh aplikasi belanja online.</p> <p>Fintech mobile payment dan aplikasi belanja online secara bersama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. Artinya penggunaan fintech mobile payment dan aplikasi belanja online telah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi akan</p>

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				berpengaruh negatif apabila mahasiswa tidak dapat membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan. Faktor tersebut juga sejalan dengan Kemudahan, kecanggihan, dan promo yang ditawarkan e-wallet membuat generasi milenial, khususnya mahasiswa, semakin tidak bisa mengendalikan perilaku untuk membeli sesuatu
3.	Riskayanti (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien variabel literasi keuangan yaitu sebesar 0,500 bertanda positif. artinya variabel literasi keuangan berbanding lurus atau searah terhadap perilaku konsumtif, Dan hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi literasi keuangan sebesar 0,000 yang mana menunjukkan lebih kecil dari 0,05. Artinya literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif,
4.	Ali Mujahidin Rika Pristian, Fitri Astuti (2021)	Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial	Penelitian ini menggunakan metode explanatori reseach dengan pendekatan kuantitatif. Adapun sampel dalam penelitian adalah 154 sampel, yaitu generasi millennial dari	Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: Persepsi kemudahan penggunaan OVO dan Gopay mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi millennial menginginkan aplikasi FinTech e-wallet yang mudah digunakan dalam pemakainnya. Persepsi

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
			<p>lima kota besar Su-rabaya, Yogyakarta, Semarang, Bandung dan Jakarta. Sedangkan teknik pengambilan sampel yaitu teknik non-probability sampling dengan convice sampling.</p>	<p>manfaat OVO dan Gopay juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millenni-al. Hal ini menunjukkan bahwa generasi millennial melihat bahwa OVO dan Gopay mempunyai manfaat sebagai alat pembayaran dan dompet digital. Promosi OVO dan Gopay juga mempunya pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. Pada hasil ini terlihat bahwa dengan adanya promosi yang diberikan OVO dan Gopay para generasi millennial memanfaatkan untuk melakukan pembelian.</p>
5.	<p>Fungki Tiana, Sari, T. P, Sanjaya, V. F. (2021)</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung, Angkatan 2019)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dimana metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pembagian kuesioner kepada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung angkatan 2019. Sempel dari penelitian berjumlah 53 sampel.</p>	<p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif dengan nilai original sampel (0.747) dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai P-value ($0.000 < 0.05$), Terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dengan nilai original sampel (-0.316)</p>

No	Penulis	Judul	Metode	Hasil
				dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai P-value ($0.036 < 0.05$).

2.3 Kerangka Penelitian

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selvia Mega, dkk. Dengan judul, *“Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin”* disimpulkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun.

2.3.2 Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

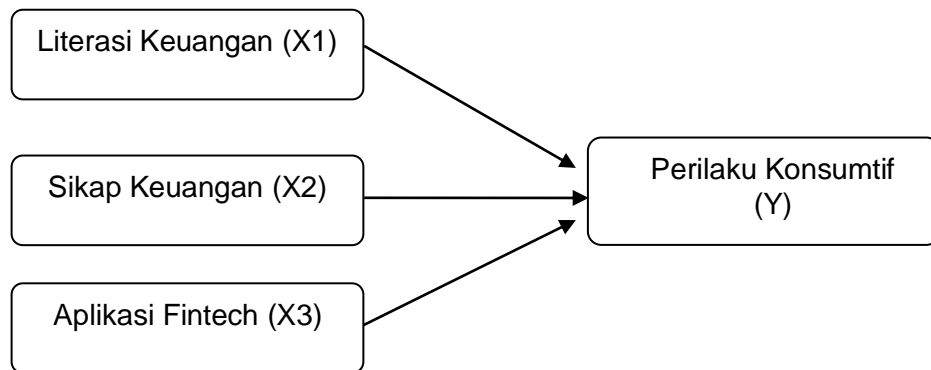
Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihastuty Dyah Rini & Sri Rahayuningsih dengan judul, *“Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif”* bahwa variabel Financial Attitude (Sikap Keuangan) berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif, dimana Sikap individu mempunyai cara pandang dan perilaku yang berbeda terkait dengan uang. Uang dapat mempengaruhi seseorang untuk berpikir dan bertindak secara irrasional. Sikap terhadap uang dapat memunculkan sifat dan perilaku keserakahan, dendam, ketakutan, dan perilaku antisocial. Individu mengartikan uang sebagai alat, sangat berpengaruh terhadap tindakan apa yang akan dilakukan. Financial attitude mempunyai peran dalam pembelian kompulsif

dikalangan mahasiswa. Dengan artian seseorang khususnya mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang lebih cenderung mempresepsikan uang sebagai alat untuk memenuhi segala keinginan yang dimiliki, secara otomatis akan menimbulkan keinginan untuk membelanjakan uangnya.

2.3.3 Pengaruh Aplikasi FinTech terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penelitian Dorfleitner et al. (2017) industri *financial technology* dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok utama sesuai dengan model bisnis mereka, yaitu sektor pembiayaan (*financing*), manajemen aset (*asset management*), pembayaran (*payments*) dan fungsi FinTech lainnya. Salah satu dari klasifikasi fintech dalam pembayaran adalah e-wallet (dompet digital). Dompet digital merupakan alat transaksi pembayaran non tunai, biasanya dompet digital menggunakan sistem aplikasi atau kartu yang bisa digunakan untuk alat pembayaran, sehingga masyarakat semakin mudah dalam bertansaksi. Dompet digital juga bisa dikatakan sebagai perangkat untuk membayar tanpa menggunakan uang tunai atau uang. Cara menggunakannya melalui penggunaan kode barcode juga dikenal sebagai (QR) kode yang dibuat penjual. Contohnya dibuat Gopay, OVO, Go e-wallet, Alipay, Dana dan sebagainya. Apabila pelanggan ingin bertansaksi dengan metode pembayaran ini, maka perlu memasang aplikasi pada telepon selulernya. Dengan menggunakan dompet digital, maka pelanggan akan semakin mudah bertransaksi karena bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudahan dalam bertransaksi bisa membuat masyarakat untuk mempunyai perilaku arkeinginan untuk berkonsumsi, konsumsi merupakan aktivitas dalam menggunakan produk atau jasa. Masyarakat jika ingin menggunakan produk maka harus memenuhi dengan membuat sendiri atau

membeli , jika membeli maka secara tidak langsung aktivitas pembelian ini menjadi aktivitas konsumsi. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan aktivitas mengkonsumsi secara berlebihan, bisa karena ada bujukan dari perusahaan atau karena gaya hidup.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka penelitian sebelumnya, pernyataan sementara yang dapat diuji dan dapat menduga hasil dari penelitian yang sedang diteliti, sebagai berikut :

H1 : Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

H2 : Terdapat Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

H3 : Terdapat Pengaruh Aplikasi FinTech Terhadap Perilaku Konsumtif