



# Pengaruh *Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment* dan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19

Indah Dwi Agustin, Fityan Izza Noor Abidin\*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh diantara financial literacy, financial behavior, digital payment dan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui google form, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling. Hasil dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa, tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Financial Literacy dengan Perilaku Konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19, disebabkan karena meskipun mahasiswa akuntansi mempunyai literasi keuangan yang baik daripada mahasiswa jurusan lainnya tetapi jarang sekali menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Financial Behavior dengan Perilaku Konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19, disebabkan karena adanya faktor lain yang lebih mempengaruhi perilaku konsumtif. Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara Digital Payment dengan Perilaku Konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19, disebabkan karena meskipun terdapat kemudahan dalam pembayaran digital tetapi jika tidak memiliki dana yang cukup maka tidak bisa berperilaku konsumtif. Paylater Berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19, disebabkan karena paylater memberikan dukungan dana yang cukup dan pembayarannya bisa dicicil serta persyaratan mudah dan proses yang cepat.

**Keywords:** financial literacy, financial behavior, digital payment, paylater, perilaku konsumtif, pandemi covid-19

DOI:

<https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>

\*Correspondence: Indah Dwi Agustin

Email: [fityan\\_umsida@yahoo.co.id](mailto:fityan_umsida@yahoo.co.id)

Received: 05-10-2022

Accepted: 14-11-2022

Published: 25-12-2022



**Copyright:** © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to find out about the influence of financial literacy, financial behavior, digital payment and paylater on the consumptive behavior of students in the era of the covid-19 pandemic. This research method uses quantitative methods, data collection is done by distributing questionnaires through Google Forms, the sampling technique used is purposive sampling. The results of this study show that there is no significant influence between financial literacy and consumptive behavior of students in the era of the covid-19 pandemic, because even though accounting students have good financial literacy than students of other majors, they rarely apply it in everyday life. There is no significant influence between financial behavior and consumptive behavior of students in the era of the covid-19 pandemic, because there are other factors that influence consumptive behavior more. There is no significant influence between digital payment and consumptive behavior of students in the era of the covid-19 pandemic, because even though there are conveniences in digital payments, if you don't have enough money, you can't behave consumptively. There is a significant influence between paylater and consumptive behavior of students in the era of the covid-19 pandemic, because paylater provides sufficient financial support and payments can be made in installments as well as easy requirements and fast processing.

**Keywords:** financial literacy, financial behavior, digital payment, paylater, consumptive

*behavior, the covid-19 pandemic*

## Pendahuluan

Beberapa waktu yang lalu dunia sempat dihebohkan dengan adanya fenomena penyebaran sebuah virus, virus ini dikenal dengan sebutan Coronavirus (CoV). Coronavirus menurut World Health Organization merupakan bagian dari suatu kelompok virus yang bisa menyebabkan penyakit, baik pada hewan ataupun manusia. Ada beberapa jenis coronavirus yang bisa menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan pada manusia mulai dari batuk pilek sampai ke penyakit yang lebih berat seperti Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV) dan Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS-CoV). Coronavirus merupakan virus jenis baru yang ditemukan di Kota Wuhan, Hubei, Tiongkok pada tanggal 11 Maret 2019. Karena coronavirus ini penularannya sangat cepat sampai hampir dapat dipastikan negara di dunia tidak ada yang terhindar dari coronavirus, maka ditetapkan oleh WHO (Organisasi Kesehatan Dunia) sebagai pandemi covid-19 (Budiansyah, 2020).

Karena coronavirus ini mudah menyebar dengan cara menular dan menginfeksi siapapun tanpa pandang usia, juga peningkatan jumlah kasus virus ini dalam waktu singkat dan butuh penanganan segera, maka pemerintah pada beberapa negara menerapkan lockdown dengan menutup akses fasilitas publik maupun transportasi dan masyarakat dihimbau untuk melakukan social distancing dan isolasi dengan harapan untuk mencegah penularan virus corona ini dan upaya penyembuhan bisa berjalan secara maksimal. Berkurangnya mobilitas gerak manusia pada masa pandemi covid-19 ini, membuat masyarakat untuk tetap berada dirumah dan menghindari untuk bepergian atau berkegiatan di luar rumah guna mencegah penularan covid-19, namun yang terjadi dengan tetap berkegiatan dirumah ternyata dapat menimbulkan fenomena perilaku konsumtif.

Pada dasarnya, manusia yang hidup di dunia memiliki kebutuhan dan setiap manusia memiliki kebutuhan yang berbeda-beda. Kebutuhan memang selalu ada dalam diri manusia dan harus terpenuhi untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan karena dipengaruhi adanya tuntutan primer pada diri manusia tersebut. Kebutuhan dapat ditutup dengan cara berusaha untuk memenuhi kebutuhan salah satunya dengan melakukan kegiatan ekonomi. Dari kegiatan ekonomi tersebut seseorang akan mendapatkan penghasilan berupa upah atau gaji sebagai sebuah imbalan atas pengorbanan waktu dan tenaganya untuk melakukan suatu pekerjaan. Seseorang akan membelanjakan sumber dayanya yang berupa uang, waktu dan tenaganya untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang mereka butuhkan, bukan untuk kepuasan yang bersifat konsumtif (Populix, 2021).

Perilaku konsumen merupakan suatu studi mengenai bagaimana individu, kelompok atau organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka Menurut (Populix, 2021). Perilaku konsumtif disebabkan adanya tingkat konsumsi yang tidak terkontrol yang memiliki dampak negatif, diantaranya bisa menimbulkan sikap pemborosan karena lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku Konsumtif merupakan perilaku

saat orang membeli produk tanpa dipertimbangkan secara rasional tetapi hanya untuk kesenangan mereka semata (Mowen & Michael, 2002).

Mahasiswa merupakan salah satu elemen dari masyarakat yang melakukan konsumsi. Saat ini perilaku konsumtif pada mahasiswa bukanlah suatu hal yang langka. Hal ini didorong adanya faktor gengsi, ikutan trend, menaikkan prestise dan lain sebagainya. Misalnya, bisa dilihat dari cara mereka berpakaian yang selalu mengikuti trend, dari gaya hidup para mahasiswa yang suka pergi ketempat yang instagramable untuk menghabiskan waktu luangnya seperti di cafe yang kekinian, dan lebih memilih menggunakan uangnya untuk membeli barang yang diinginkan daripada menabung atau melakukan investasi untuk kehidupan di masa yang akan datang.

Tentunya perilaku konsumtif ini tidak timbul dengan sendirinya, menurut (Udayanthi et al., 2018) dalam penelitiannya mengatakan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Akmalia, 2023; Amaliyah, 2022; Darwis, 2020; Herlin, 2023; Muawaliyah, 2023; Partuti, 2019; Rachmah, 2021; Septiani, 2023; Tan, 2023; Widiyanto, 2022; Zahra, 2021; Zahra & Anoraga, 2021a). Pentingnya literasi keuangan ketika berkaitan dengan cara seseorang dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian barang dengan pertimbangan apakah terdapat diskon, gratis ongkir atau kemudahan dalam pembayaran dan faktor lainnya. Mahasiswa akuntansi pasti memiliki salah satu aspek yaitu literasi keuangan karena merupakan lingkup yang dipelajari oleh mahasiswa tersebut. Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang mempengaruhi perilaku atau sikap dalam peningkatan kualitas pengambilan keputusan dan dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan dimasa yang akan datang (Fajar, 2019).

Hasil riset menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2019) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dan perilaku keuangan masyarakat Indonesia hanya sebesar 38,03% (Saadah, 2021). Bisa jadi hal ini terjadi karena manajemen keuangan yang buruk sehingga menghasilkan keputusan pengeluaran yang kurang baik karena kurangnya persiapan keuangan dalam jangka panjang. Pentingnya literasi keuangan untuk menghindari hal tersebut dan meningkatkan kesadaran untuk mempersiapkan guna mencapai kemandirian keuangan dimasa yang akan datang. Tingginya tingkat literasi keuangan akan memberikan pemahaman bahwa menabung atau melakukan investasi itu lebih penting daripada untuk memenuhi kebutuhan atau bahkan keinginan yang bersifat konsumtif (Fauzi & Sulistyowati, 2022).

Literasi keuangan ini juga berpengaruh terhadap bagaimana mahasiswa akuntansi dalam melakukan pembelian barang. Karena, mengelola keuangan merupakan lingkup pembelajaran mahasiswa akuntansi. Maka, seharusnya bisa dipastikan bahwa mahasiswa akuntansi memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik daripada mahasiswa jurusan yang lainnya (Zahra & Anoraga, 2021b). Namun kenyataannya jarang sekali mahasiswa

akuntansi yang menerapkan ilmu pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang telah didapatkannya melalui proses pembelajaran di bangku perkuliahannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga cenderung kurang baik dalam membelanjakan atau menggunakan keuangan yang mereka miliki.

Selain literasi keuangan, mahasiswa perlu mempunyai perilaku keuangan yang baik juga. Pentingnya perilaku keuangan adalah melatih mahasiswa untuk bertanggungjawab dalam mengelola keuangannya. Upaya yang dapat dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan yaitu dengan cara memberikan penekanan terhadap aspek perilaku keuangan yang lebih besar (Dilasari, 2020). Karena perilaku keuangan ini mengacu pada bagaimana seseorang melakukan praktik dalam menggunakan sistem manajemen keuangan. Misalnya perencanaan dalam penghematan, perilaku keuangan bisa digambarkan dengan melakukan perilaku yang efektif seperti membuat catatan atas keuangan, melakukan perencanaan dalam pembiayaan, melakukan pengendalian terhadap kartu kredit atau membuat rencana tabungan.

Perilaku konsumtif ini juga bisa timbul karena transaksi keuangan dilakukan serba digital yang memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran. Hal ini dapat dilihat dengan adanya evolusi sistem pembayaran yaitu dengan menggunakan digital payment (Lubis, 2022). Terjadinya perubahan dari waktu ke waktu, yang dulunya menggunakan sistem barter, emas, logam atau uang koin dan uang kertas dijadikan sebagai alat pembayaran, karena terdapat kelemahan yang timbul yaitu alat pembayaran ini sulit untuk dibawa dalam jumlah yang banyak. Maka pada zaman teknologi yang semakin maju dan berkembang saat ini, dan semakin banyaknya pengguna internet maka muncul sistem pembayaran secara elektronik. Bentuk sistem pembayaran secara elektronik seperti e-banking, e-money, e-wallet dan lain-lain.

Sebanyak 1500 responden pengguna fintech di Indonesia, platform pembayaran digital seperti e-money dan lain-lain saat ini menjadi layanan teknologi finansial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Pembayaran digital saat ini juga memfasilitasi berbagai transaksi offline seperti di supermarket hingga pedagang asongan, memanfaatkan QRIS yang terus dimaksimalkan pemanfaatannya oleh otoritas. Sistem pembayaran secara elektronik sangat memudahkan masyarakat karena bisa berbelanja tanpa membawa uang dalam jumlah yang banyak. Beberapa manfaat digital payment yaitu praktis dan efisien, kemudahan melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun, keamanan dalam bertransaksi dan sesuai dengan protokol kesehatan di saat pandemi Covid-19 seperti saat ini (Putri et al., 2022).

Di Indonesia sendiri pengguna pembayaran digital selama tahun 2021 meningkat pesat. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Xendit, Perusahaan payment gateway dan teknologi keuangan Indonesia tentang tren pembayaran digital yang sedang terjadi selama tahun 2021. Terhitung dari 30 November 2020 – 30 November 2021, dalam periode satu tahun Xendit mengklaim telah melakukan proses pembayaran digital lebih dari 150 juta

transaksi (Suryowati, 2021). Dalam rangkuman data yang berjudul “Tren Pembayaran Digital Indonesia 2021” ditemukan bahwa di Indonesia metode pembayaran yang paling banyak digunakan adalah : E-wallet sebanyak lebih dari 40% presentase penggunaannya, Virtual Account presentase penggunaannya sebanyak lebih dari 40%, Kartu Kredit dan QR Code presentase penggunaannya masing-masing sebanyak lebih dari 5%.

Melihat transaksi digital saat ini yang semakin meningkat tajam, potensi paylater seperti ladang hijau yang bagus untuk dikembangkan. Di sisi lain, dengan adanya pandemi juga membuat paylater semakin diminati karena pembayarannya bisa dilakukan dikemudian hari serta bisa dicicil. Di Indonesia sendiri saat ini juga sudah menerapkan sistem pembayaran fintech (financial technology). Fintech adalah gabungan antara jasa keuangan dan teknologi informasi yang membuat transaksi dapat digunakan dengan mudah dan cepat tak terbatas oleh jarak (Indonesia, 2020). Salah satu contoh dari inovasi financial technology yang muncul adalah paylater. Pada dasarnya paylater merupakan metode pembayaran dengan menggunakan cicilan tanpa kartu kredit, pelayanannya secara digital dan pengajuan dilakukan secara online. Tetapi serupa dengan kartu kredit, paylater juga mempunyai limit pembayaran, bunga dan tanggal jatuh tempo pembayaran. Seperti halnya riset yang telah dilakukan oleh *Kredivo* dan *Katadata Insight Center*, yang menemukan bahwa pada tahun 2020 rata-rata nilai transaksi e-commerce mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2019 di semua kategori produk. Selama pandemi, pemakaian metode paylater meningkat sebanyak 55% pengguna baru (Jamaludin, 2021).

Pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh financial literacy terhadap perilaku konsumtif masih memberikan hasil yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh (Iqbal & Muh.ibnu, 2020) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, hasil penelitian adalah Tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dan pada penelitian yang dilakukan oleh (Gonggo, 2021) dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Opportuniry Cost, Nilai Guna, Pengendalian Diri dan Manfaat dari Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 dan hasil penelitian adalah Terdapat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu diperlukan adanya penelitian lebih lanjut dengan harapan dapat memberikan hubungan kausal antara financial literacy terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan oleh peneliti di atas terdapat pembeda antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang peneliti lakukan sekarang yang terletak pada variabel independennya. Penelitian ini merupakan eksplanatif research (penelitian eksplanatori) penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu hipotesis atau teori guna memperkuat atau bahkan menolak hipotesis atau teori dari hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH**

## FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL BEHAVIOR, DIGITAL PAYMENT DAN PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI ERA PANDEMI COVID-19”.

### Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang menggunakan data berupa angka-angka dan suatu analisis menggunakan statistik yang secara sistematis, tersusun dan terencana dari awal penelitian sampai akhir pembuatan desain penelitiannya secara jelas (Sugiyono, 2018).

Lokasi yang dipilih oleh peneliti pada penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Populasi dalam penelitian ini yang dipergunakan oleh peneliti adalah Mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi angkatan 2018 kelas pagi dan malam dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo sebanyak 283 mahasiswa. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling. Teknik pengambilan sample menggunakan purposive sampling. sampel pada penelitian ini yang digunakan sebanyak 74 responden. Responden dipilih oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu yaitu : Mahasiswa S1 Akuntansi angkatan 2018 Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berusia 18-25 tahun.

Sumber data yang digunakan peneliti pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan atau diperoleh secara langsung memberikan data kepada pengumpul data atau berasal dari sumber asli baik dari responden atau narasumber (Sugiyono, 2018). Responden yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa akuntansi angkatan 2018 dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan atau mengumpulkan data berupa informasi atau fakta pendukung lainnya yang ditemukan dilapangan yang digunakan untuk keperluan penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Metode analisis yang digunakan oleh penguji untuk melakukan pengujian dan pengolahan data primer yang telah dikumpulkan memakai program statistik Statistical Product and Service Solutions (SPSS) versi 26.0 for windows. Berikut ini jenis-jenis pengujian yang akan digunakan : Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis.

## Hasil dan Pembahasan

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kecermatan atau ketepatan, apakah indikator kuesioner yang dipergunakan peneliti sebagai strata pengukuran bisa disebut sah (valid atau tidaknya) (Sugiyono, 2018). Uji validitas dilakukan dengan cara melakukan perbandingan hasil dari skor total atau  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel maka kuesioner penelitian tersebut bisa dikatakan valid untuk dijadikan anget dalam penelitian dan begitu juga sebaliknya.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

No.	Item Pertanyaan	$r$ Hitung	$r$ Tabel	Keterangan
<b>Financial Litrary (X1)</b>				
1.	X1.1	0,652	0,227	Valid
2.	X1.2	0,798	0,227	Valid
3.	X1.3	0,816	0,227	Valid
4.	X1.4	0,725	0,227	Valid
<b>Financial Behavior (X2)</b>				
1.	X2.1	0,805	0,227	Valid
2.	X2.2	0,784	0,227	Valid
3.	X2.3	0,809	0,227	Valid
4.	X2.4	0,829	0,227	Valid
5.	X2.5	0,751	0,227	Valid
<b>Digital Payment (X3)</b>				
1.	X3.1	0,583	0,227	Valid
2.	X3.2	0,622	0,227	Valid
3.	X3.3	0,768	0,227	Valid
4.	X3.4	0,744	0,227	Valid
5.	X3.5	0,644	0,227	Valid
<b>Paylater (X4)</b>				
1.	X4.1	0,710	0,227	Valid
2.	X4.2	0,939	0,227	Valid
3.	X4.3	0,952	0,227	Valid
4.	X4.4	0,926	0,227	Valid
<b>Perilaku Konsumtif (Y)</b>				
1.	Y.1	0,517	0,227	Valid
2.	Y.2	0,751	0,227	Valid
3.	Y.3	0,870	0,227	Valid
4.	Y.4	0,790	0,227	Valid
5.	Y.5	0,843	0,227	Valid
6.	Y.6	0,794	0,227	Valid
7.	Y.7	0,793	0,227	Valid
8.	Y.8	0,756	0,227	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan yang ada memiliki nilai r hitung > r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang ada dapat dikatakan valid.

**b. Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keakuratan atau konsistensi, apakah pada variabel yang telah dilakukan pengukuran dengan menggunakan uji validitas bisa diandalkan dan dipercaya atau tidaknya jika dilakukan pengujian ulang (Sugiyono, 2018). Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat hasil dari nilai Cronbach’s Alpha. Apabila nilai Cronbach’s Alpha lebih besar dari r Alpha maka kuesioner penelitian tersebut bisa dikatakan reliabel untuk dijadikan anget anget dalam penelitian dan begitu juga sebaliknya.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Hitung	Keterangan
Financial Literacy (X1)	0,739	0,6	Reliabel
Financial Behavior (X2)	0,855	0,6	Reliabel
Digital Payment (X3)	0,700	0,6	Reliabel
Paylater (X4)	0,949	0,6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,899	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang ada pada seluruh variabel dikatakan reliabel, karena nilai pada Cronbach’s Alpha > 0,6.

**Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tepat atau tidaknya model regresi dalam menjelaskan suatu variasi variabel independen (Sugiyono, 2018). Berikut hasil dari analisis statistic deskriptif ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 3.** Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. of Estimate	Error the
1	0,431	0,186	0,139	7,226	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,186. Besarnya nilai koefisien determinasi R Square didapat dari nilai R kemudian dipangkat 2 menjadi  $0,431 \times 0,431 = 0,186$  atau 18,6%. Hal ini berarti bahwa

Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif adalah sebesar 18,6%. Sedangkan sisanya sebesar 81,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model regresi linier berganda pada penelitian ini.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk memeriksa besarnya hubungan antar variabel independen dan variabel dependen yang terjadi (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, analisisnya dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26. Analisis regresi linier berganda dipilih karena penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen. model regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 4,402 + 0,334 X1 - 0,040 X2 + 0,434 X3 + 0,521 X4$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 4,402 yang berarti bahwa jika FL, FB, DP, PL sebesar nol maka PK sebesar 4,402.
2. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel FL sebesar 0,334 memperlihatkan pengaruh yang positif. Variabel PK akan meningkat sebesar 0,334 satuan jika FL dinaikkan sebesar 1 satuan.
3. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel FB sebesar -0,040 memperlihatkan pengaruh yang positif. Variabel PK akan meningkat sebesar -0,040 satuan jika FB dinaikkan sebesar 1 satuan.
4. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel DP sebesar 0,434 memperlihatkan pengaruh yang positif. Variabel PK akan meningkat sebesar 0,434 satuan jika DP dinaikkan sebesar 1 satuan.
5. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel PL sebesar 0,521 memperlihatkan pengaruh yang positif. Variabel PK akan meningkat sebesar 0,521 satuan jika PL dinaikkan sebesar 1 satuan.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 4. Hasil Uji t

		Coefficients				
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.402	7.506		.586	.560
	Financial Literacy (X1)	.334	.362	.111	.923	.359
	Financial Behavior (X2)	-.040	.328	-.016	-.123	.903
	Digital Payment (X3)	.434	.336	.167	1.290	.201

---

<b>Paylater (X4)</b>	.521	.161	.354	3.239	.002
----------------------	------	------	------	-------	------

---

a. Dependent Variable: Perilaku\_Konsumtif

---

Berdasarkan tabel diatas untuk mengetahui besarnya masingmasing pengaruh variabel independent secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel X1 financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,359 > 0,05$  dan nilai T hitung  $0,923 < \text{nilai T tabel } 1,995$  sehingga dapat disimpulkan bahwa financial literacy tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

2. Pengaruh variabel X2 financial behavior terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,903 > 0,05$  dan nilai T hitung  $-0,123 < \text{nilai T tabel } 1,995$  sehingga dapat disimpulkan bahwa financial behavior tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

3. Pengaruh variabel X3 digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,201 > 0,05$  dan nilai T hitung  $1,290 < \text{nilai T tabel } 1,995$  sehingga dapat disimpulkan bahwa digital payment tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

4. Pengaruh variabel X4 paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai T hitung  $-3,239 > \text{nilai T tabel } 1,995$  sehingga dapat disimpulkan bahwa paylater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19.

## Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Financial Literacy (X1), Financial Behavior (X2), Digital Payment (X3) dan Paylater (X4) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa di era pandemi covid-19. Berikut pembahasan berdasarkan hasil analisis :

### 1. Pengaruh financial literacy terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa financial literacy tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. Hal ini ditunjukkan oleh hasil signifikansinya sebesar  $0,359 > 0,05$  dan T hitung  $0,923 < \text{T tabel } 1,995$ .

Dari hasil ini menunjukkan bahwa meskipun seorang mahasiswa akuntansi yang memiliki pengetahuan keuangan (financial literacy) yang lebih baik daripada mahasiswa jurusan yang lain karena telah mendapatkan ilmu pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang didapat dari bangku perkuliahan namun tetap saja tidak bisa mengontrol pola perilaku konsumtifnya karena jarang sekali mereka menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

## **2. Pengaruh financial behavior terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa financial behavior tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. Hal ini ditunjukkan oleh hasil signifikansinya sebesar  $0,903 > 0,05$  dan  $T \text{ hitung } -0,123 < T \text{ tabel } 1,995$ .

Dari hasil ini menunjukkan bahwa nilai kausalitas yang bersifat negatif/berlawanan, maka semakin tinggi financial behavior berdampak pada turunnya tingkat perilaku konsumtif atau semakin rendah financial behavior berdampak pada naiknya tingkat perilaku konsumtif. Hal ini bisa disebabkan oleh adanya faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dibandingkan dengan perilaku keuangan. Hal ini juga bisa disebabkan oleh indikator-indikator perilaku keuangan yang tidak memberikan kontribusi yang besar dalam perannya untuk mempengaruhi perilaku konsumtif atau data sampel yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan hubungan atau keterkaitan antara variabel  $x$  dan  $y$ .

## **3. Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa digital payment tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. Hal ini ditunjukkan oleh hasil signifikansinya sebesar  $0,201 > 0,05$  dan  $T \text{ hitung } 1,290 < T \text{ tabel } 1,995$ .

Dari hasil ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kemudahan dalam melakukan pembayaran digital tetapi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa untuk membeli barang yang diluar kebutuhan. Hal ini bisa disebabkan karena meskipun mereka menggunakan atau terdapat kemudahan dalam pembayaran digital tetapi jika dana yang dimiliki mahasiswa belum cukup untuk melakukan pembelian maka tidak dapat berperilaku konsumtif dan perlu menunggu dana yang cukup untuk melakukan pembelian.

## **4. Pengaruh paylater terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa paylater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. Hal ini ditunjukkan oleh hasil signifikansinya sebesar  $0,002 < 0,05$  dan  $T \text{ hitung } 3,239 > T \text{ tabel } 1,995$ .

Dari hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering menggunakan paylater maka perilaku konsumtif akan meningkat. Hal ini bisa disebabkan karena paylater adalah fitur kredit yang memberikan bantuan dana yang cukup dan pembayarannya bisa dilakukan menggunakan angsuran serta mempunyai persyaratan yang simpel dan prosesnya secepat kilat. Dengan adanya dukungan dana yang cukup maka paylater mampu dipergunakan setiap waktu yang bisa mengakibatkan perilaku konsumtif bagi para penggunanya, oleh sebab itu para pengguna dapat melakukan pembelian secara terus-menerus disaat itu juga dan tidak harus mempunyai dana yang cukup serta bisa membayarnya secara berangsur.

## Simpulan

Peneliti dapat mengambil simpulan mengenai pengaruh financial literacy, financial behavior, digital payment dan paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19 yang berdasarkan pada hasil penelitian, bahwa :

1. Secara parsial antara financial literacy dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19 tidak terdapat pengaruh secara signifikan.
2. Secara parsial antara financial behavior dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19 tidak terdapat pengaruh secara signifikan.
3. Secara parsial antara digital payment dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19 tidak terdapat pengaruh secara signifikan.

Secara parsial antara paylater dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di era pandemi covid-19 terdapat pengaruh secara signifikan.

## Daftar Pustaka

- Akmalia, A. (2023). Effect of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on Consumptive Behavior Considering Students of University of Muhammadiyah Yogyakarta in Indonesia. *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*, 182, 361–371. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4\\_34](https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4_34)
- Amaliyah, A. (2022). Antecedents of consumptive behavior prior to the celebration of Eid Al-Fitr during the Covid-19 pandemic. *Transnational Marketing Journal*, 10(1), 61–70. <https://doi.org/10.33182/tmj.v10i1.1803>
- Budiansyah, A. (2020). Apa itu virus corona dan cirinya menurut who. *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200316135138-37-145175/apa-itu-virus-corona-dan-cirinya-menurut-situs-who>
- Darwis. (2020). The culture of life's consumptive behavior against potential hypertension at pangkep community in south sulawesi Indonesia. *Indian Journal of Forensic Medicine and Toxicology*, 14(4), 857–861. <https://doi.org/10.37506/ijfmt.v14i4.11599>
- Dilasari. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Attitude, Lifestyle, Locus of Control dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(4), 74–87.

- Fajar, S. (2019). Literasi Keuangan : Pengertian, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi. *Warta Ekonomi*. <https://wartaekonomi.co.id/read220393/apa-itu-literasi-keuangan>
- Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>
- Gonggo, R. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Opportunity Cost, Nilai Guna, Pengendalian Diri dan Manfaat dari Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19.
- Herlin. (2023). Analysis the Use of Pay-later System on E-commerce towards the Consumptive Behavior of Higher Education Students. 2023 10th International Conference on Information Technology, Computer, and Electrical Engineering, ICITACEE 2023, 271–275. <https://doi.org/10.1109/ICITACEE58587.2023.10276992>
- I. S. N. Fauzi and A. Sulistyowati, "Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile," *J. Kaji. Ilm.*, vol. 22, no. 2, pp. 129–142, 2022, doi: 10.31599/jki.v22i2.730.
- Indonesia, B. (2020). Edukasi dan Perlindungan Konsumen SP. <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/fintech/Pages/default.aspx>
- Iqbal, & Muh. Ibnu. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (iain) manado (Vol. 1, Issue 1).
- Jamaludin, F. (2021). Pemakaian Paylater Meningkatkan Selama Pandemi. *Merdeka.Com*. <https://m.merdeka.com/teknologi/riset-pemakaian-paylater-meningkat-selama-pandemi.html>
- Lubis, R. H. (2022). Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi. *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 1–10.
- Mowen, & Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Muawaliyah, W. (2023). Consumptive Behavior in Female University Students: Qana'ah and Hedonic Lifestyle as Predictors. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 6(1), 70–82. <https://doi.org/10.25217/igcj.v6i1.3241>
- N. O. Udayanthi, N. T. Herawati, and I. P. Julianto, "Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha)," *JIMAT (Jurnal Ilm. Mhs. Akuntansi)*, vol. 9, no. 2, pp. 195–208, 2018.
- Partuti, T. (2019). Effect of online shopping on consumptive behaviour of female workers in Cilegon, Banten, Indonesia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 673(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/673/1/012084>
- Populix. (2021). *Perilaku Konsumen*. <https://www.info.populix.co/post/perilaku-konsumen>

- Putri, E., Pramudita, A. E., Akbar, A. M., Akuntansi, P. S., Ekonomi, F., & Muhammadiyah, U. (2022). FINANCIAL BEHAVIOR DAN E-MONEY PADA PERILAKU HEDONISME DI ERA PANDEMI COVID-19. *Journal Name*, 11(1), 66–72.
- R. A. Gonggo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Opportunity Cost, Nilai Guna, Pengendalian Diri dan Manfaat dari Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Selama Pandemi Covid-19," 2021.
- R. H. Lubis, "Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi," *Al-Tasyree J. Bisnis, Keuang. dan Ekon. Syariah*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2022.
- Rachmah, H. (2021). Tabdzir prohibition education in overcoming consumptive behavior. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 747(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/747/1/012023>
- S. Fajar, "Literasi Keuangan : Pengertian, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi," *Warta Ekonomi*, 2019. <https://wartaekonomi.co.id/read220393/apa-itu-literasi-keuangan>.
- Saadah, M. (2021). Pentingnya Literasi Keuangan. *Kumparan*. <https://m-kumparan-com.cdn.ampproject.org>
- Septiani, W. (2023). An Analysis on the Impact of Financial Literacy, Self-control, and Self-concept on Consumptive Behavior: A Case Study Considering Students of STIE Totalwin Semarang in Indonesia. *Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies*, 182, 336–348. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4\\_32](https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4_32)
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (28th ed.). Alfabeta.
- Suryowati, E. (2021). 2021, Tren Pembayaran Digital di Indonesia Tumbuh Pesat. *Jawa Pos*. <https://www.jawapos.com/ekonomi/finance/15/12/2021/2021-tren-pembayaran-digital-di-indonesia-tumbuh-pesat/>
- Suryowati, E. (2021). Tren Pembayaran Digital di Indonesia Tumbuh Pesat. *Jawa Pos*. Retrieved from <https://www.jawapos.com/ekonomi/finance/15/12/2021/2021-tren-pembayaran-digital-di-indonesia-tumbuh-pesat/>
- Tan, V. (2023). The effect of promotion, expenditure budgeting, and consumptive behavior on Indonesians' intention of using GoPay or ShopeePay. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602060>
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Widiyanto, W. (2022). Locus of control as a mediating variable for the factors influencing consumptive behavior among students. *Innovative Marketing*, 18(4), 97–109. [https://doi.org/10.21511/im.18\(4\).2022.09](https://doi.org/10.21511/im.18(4).2022.09)
- Zahra, D. R. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>