

**ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN
FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Sebagian
Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

WIDIA KURNIA ASTUTI
NIM. 19.52.31.308

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN
FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Sais Surakarta Untuk
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dalam Bidang Ilmu
Perbankan Syariah

Oleh :
WIDIA KURNIA ASTUTI
NIM. 19.52.31.308

Sukoharjo, 8 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh :
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 197220304 200112 1 004

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widia Kurnia Astuti
NIM : 195231308
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Surakarta)”. Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 8 Mei 2023



(Widia Kurnia Astuti)

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : WIDIA KURNIA ASTUTI

NIM : 19.52.31.308

PRODI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Surakarta)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari pengguna layanan *fintech payment* di kota Surakarta. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya,

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 8 Mei 2023



(Widia Kurnia Astuti)

Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdri : Widia Kurnia Astuti

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Widia Kurnia Astuti, NIM : 195231308 yang berjudul: "ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Surakarta)" Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 8 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 197220304 200112 1 004

MOTTO

“Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”

(QS. Al-Mujadalah: 11)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

karya yang sederhana ini untuk:

Bapak dan Ibu tersayang

Kakak yang selalu memberikan dukungan yang tiada hentinya.

Sahabat-sahabat dan semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya sehingga tercapailah semua ini.

Terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Fitur Layanan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Surakarta)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.El, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.

5. Melia Kusuma, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu bermanfaat.
7. Bapak Sumadi dan Ibu Mirati, yang selalu hadir dengan cinta, doa. Merupakan kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus belajar dan tetap kuat ketika menghadapi situasi terberat sekalipun.
8. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2019 telah memberikan keceriaan selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
9. Sahabat - sahabatku Babayo *Family*, terimakasih atas semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data kepada penulis sehingga terselesaikanlah skripsi ini.
11. Diriku. Terimakasih sudah mengambil banyak bagian dan peran, mulai dari jatuh-bangun, patah-tumbuh, kecewa-bahagia. Terimakasih sudah bertahan sejauh ini, mari berjuang bersama-sama.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Aamiin....

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 8 Mei 2023

Widia Kurnia Astuti

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment* dan fitur layanan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh para responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di wilayah Surakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Dengan rumus Lemeshow sehingga ditetapkan jumlah sampel sebesar 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan *fintech payment* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. Sedangkan manfaat *fintech payment* dan fitur layanan *fintech payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

Kata Kunci: Kemudahan *Fintech Payment*, Manfaat *Fintech Payment*, Fitur Layanan *Fintech Payment*, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of fintech payment convenience, fintech payment benefits and fintech payment service features on the consumptive behavior of Surakarta students. This research uses quantitative methods. The data used in this study are primary data obtained from filling out questionnaires conducted by respondents. The population in this study were university students in the Surakarta area. The sampling technique in this study was purposive sampling. With the Lemeshow formula, the sample size of 96 respondents was determined, rounded up to 100 respondents. In this study, the data were processed using multiple linear regression analysis techniques. The results showed that the convenience of fintech payment had no positive and insignificant effect on the consumptive behavior of Surakarta students. While the benefits of fintech payment and fintech payment service features have a positive and significant effect on the consumptive behavior of Surakarta students.

Keywords: fintech payment convenience, fintech payment benefits, fintech payment service features, consumptive behavior

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	ii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iii
NOTA DINAS	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9

1.3	Batasan Masalah.....	9
1.4	Rumusan Masalah	10
1.5	Tujuan Penelitian.....	10
1.6	Manfaat Penelitian.....	11
1.7	Jadwal Penelitian	12
1.8	Sistematika Penulisan Proposal.....	12
BAB II.....		13
KAJIAN TEORI		13
2.1	LandasanTeori	13
2.1.1	<i>Teori Plannned Of Behavior</i>	13
2.1.2	Perilaku konsumtif	15
2.1.3	Kemudahan	18
2.1.4	Manfaat	19
2.1.5	Fitur Layanan	21
2.1.6	Sistem Pembayaran	23
2.2	Penelitian yang Relevan	25
2.3	Kerangka Berfikir.....	27
2.4	Hipotesis.....	28

BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Wilayah Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30
3.3 Populasi dan Sampel	30
3.4 Data dan Sumber Data	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33
3.6 Variabel Penelitian	34
3.7 Definisi Operasional Variabel	35
3.8 Teknik Analisis Data	38
BAB IV	43
PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Penelitian	43
4.1.1 Deskripsi Penelitian	43
4.1.2 Deskripsi Responden	44
4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data	46
4.2.1 Statistik Deskriptif	46
4.2.2 Pengujian Instrumen Penelitian	48

4.2.3	Uji Ketetapan Model	56
4.2.4	Uji Regresi Linier Berganda.....	58
4.2.5	Uji T Parsial	59
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V.....		66
PENUTUP.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66
	5.2 Keterbatasan Penelitian	66
	5.3 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian yang relevan	24
3.1 Skala Likert	31
3.2 Definisi operasional variabel.....	35
4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	44
4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.3 Data Responden Berdasarkan asal Perguruan Tinggi	45
4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis <i>Fintech Payment</i>	46
4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	47
4.6 Hasil Uji Validitas Kemudahan <i>Fintech Payment</i>	48
4.7 Hasil Uji Validitas Manfaat <i>Fintech Payment</i>	49
4.8 Hasil Uji Validitas Fitur Layanan <i>Fintech Payment</i>	50
4.9 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif	50
4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan <i>Fintech Payment</i>	52
4.11 Hasil Uji Reliabilitas Manfaat <i>Fintech Payment</i>	52
4.12 Hasil Uji Reliabilitas Fitur Layanan <i>Fintech Payment</i>	53
4.13 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif	53
4.14 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	54
4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	55
4.16 Hasil Uji Heteroskedastitas	56

4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	57
4.18 Hasil Uji Determinasi.....	58
4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.20 Hasil Uji T Parsial.....	61

DAFTAR GAMBAR

1.1 Pertumbuhan Uang Elektronik	2
1.2 Jumlah Transaksi Transfer Uang Elektronik (2014-2021).....	4
2.1 Kerangka Teoritis.....	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang terus berkembang menciptakan inovasi baru untuk memberi solusi dari setiap permasalahan yang muncul. Sebuah perkembangan inovasi terkait internet tidak hanya sekedar untuk mencari data saja, namun menjadi perantara disegala kegiatan, salah satu dari perkembangan tersebut yaitu pada sektor keuangan (Fadillah et al., 2022).

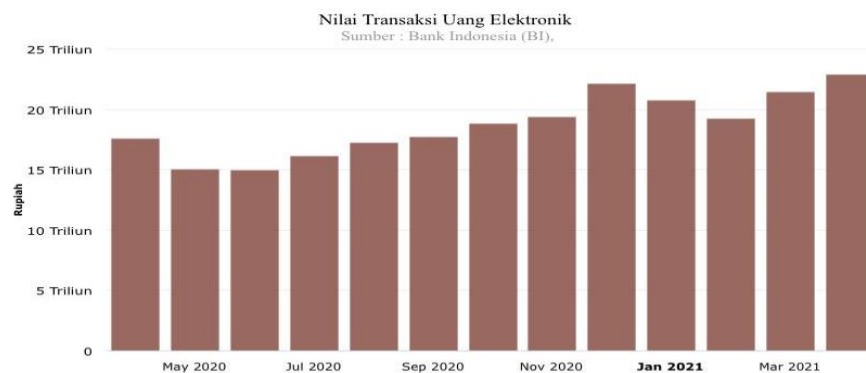
Kini dalam melakukan segala aktivitas yang berhubungan dengan keuangan dapat dilakukan secara digital. Inovasi tersebut dikenal sebagai teknologi finansial (*Financial Technology*). *Financial technology* merupakan salah satu bentuk penerapan teknologi informasi di bidang keuangan (Parsaulian, 2021). Pada undang-undang nomer 23 tahun 1999 diganti pada tahun 2004 menjadi undang-undang nomer 03 tahun 2004 menjelaskan bahwa tujuan serta kegiatan Bank Indonesia yaitu menjaga kestabilan serta mengatur kelancaran pasa sistem pembayaran.

Oleh karena itu, tanggung jawab Bank Indonesia sangat besar yaitu bagaimana seluruh masyarakat Indonesia bisa memperoleh jasa sistem transaksi pembayaran yang efektif dan efisien tentunya yang lebih cepat dan mudah dan aman. Bank Indonesia membuat kebijakan untuk dapat mengembangkan sistem transaski pembayaran non tunai dengan fokus terhadap beberapa aspek yaitu menjaga keamanan dengan memperketat keamanan, memberi efisiensi, memberikan akses

yang dapat di jangkau, meningkatkan perhatian untuk melindungi konsumen, agar lebih mengundang masyarakat lebih memanfaatkan pembayaran non tunai seperti yang telah ditunjukan tercapai, transaksi pembayaran secara non tunai termasuk dalam pembayaran berupa penggunaan kartu kredit, kartu debit, E-money, dompet digital ATM dan lain sebagainya. Tentunya mulai saat ini memberikan kemudahan untuk melakukan transaksi tanpa harus bertemu.

Porporansi transaksi uang logam dan kertas sudah kian tergenser dengan kehadiran uang elektronik. Pembayaran dengan menggunakan uang elektronik ini mengurangi peredaran uang kertas dan logam atau tunai. Sebaliknya, jumlah uang elektronik yang beredar semakin mengalami peningkatan jumlah uang elektronik dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 1.1
Pertumbuhan Uang Elektronik



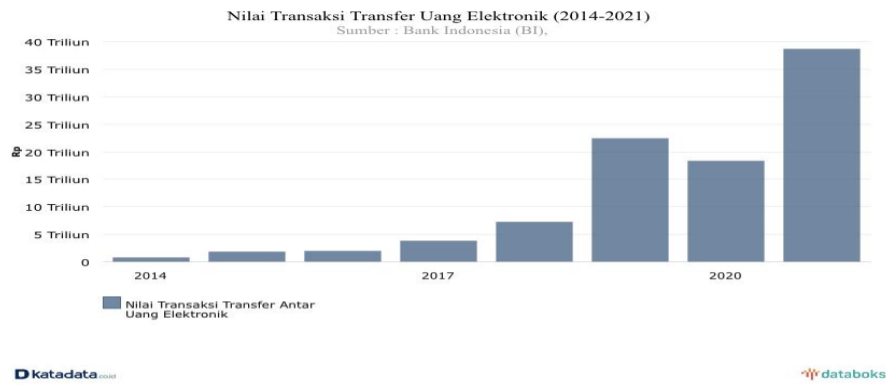
Sumber: *databoks.katadata.co.id* (2021)

Nilai transaksi dengan uang elektronik mencapai Rp.22,8 triliun pada 2021. Nilai tersebut mengalami kenaikan di bandingkan bulan yang sama tahun lalu. Nilai tersebut sekaligus menjadi yang tertinggi dalam satu tahun terakhir. Uang elektronik semakin banyak digunakan masyarakat sejak pandemic virus corona covid-19, terutama memasuki paruh kedua 2020. Hal tersebut membuat nilai transaksi elektronik terus meningkat.

Transaksi dengan penggunaan uang digital merupakan suatu teknologi yang baru berkembang namun, masyarakat telah mudah mengenal dan menerima hal baru semua terjadi ketika masyarakat memiliki gaya hidup yang mengikuti fenomena yang populer pada suatu waktu. *cashless society* sering didengar dengan keinginan untuk melakukan transaksi secara non tunai yaitu masyarakat yang dalam bertransaksi tidak lagi ingin menggunakan transaksi tunai tetapi melakukan transaksi menggunakan elektronik pada kegiatan di setiap harinya, masyarakat yang tidak mau menggunakan uang fisik nyata melainkan uang elektronik (Katon & Yuniati, 2020).

Uang elektronik menurut Peraturan Bank Indonesia Nomer 20/6/PBI/2018 memiliki arti sebagai instrument pembayaran yang memuat beberapa unsur seperti diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit, nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*, dan nilai uang elektronik yang dikelola merupakan simpanan dan dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan transfer dana (Bank Indonesia, 2018).

Gambar 1.2
Jumlah Transaksi Transfer Uang Elektronik (2014-2021)



Sumber: databoks.katadata.co.id (2021)

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi digital, transaksi keuangan non tunai atau *cashless* juga kian berkembang. Aktivitas transfer dana kini juga banyak dilakukan melalui fasilitas uang elektronik (*e-money*). Berdasarkan data Bank Indonesia nilai transfer uang elektronik mengalami pertumbuhan dari tahun 2014 hingga 2020.

Peningkatan yang terjadi pada uang elektronik seperti kartu debit, kartu kredit dan e-money karena banyaknya manfaat dan kemudahan yang di sediakan oleh fitur layanan pada uang elektronik. Dengan adanya kemanfaatan dan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengonsumsi suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan. Pergeseran makna dalam

pengonsumsi suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik.

Semakin bermanfaat dan mudahnya bertransaksi dengan uang elektronik membuat masyarakat lebih khususnya kalangan mahasiswa rentan dengan perilaku konsumtif. Menurut (Wulandari,2023) dalam detik.com yang menulis artikel mengenai mahasiswa kecanduan *paylater* dan konsumtif, "...kemudahan dalam smartphone ini dapat memicu pengguna membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan..."

Dari artikel diatas dapat disimpulkan pada era digital saat ini kemudahan menggunakan smartphone yang dapat mengakses *website* belanja online di manapun dapat memicu pengguna membelanjakan uang nya dengan mudah dan memiliki perilaku konsumtif untuk membeli barang kebutuhan atau hanya untuk memenuhi keinginan saja.

Banyak kemudahan, kemanfaatan dan fitur lengkap yang ditawarkan dalam produk *fintech payment*. Berdasarkan pra observasi yang dilakukan peneliti kepada mahasiswa di Surakarta banyak yang menggunakan aplikasi *fintech payment* untuk kegiatan belanja yang berlebihan. Hal ini dibuktikan dengan adanya berita yang dilansir oleh SOLOPOS mengenai banyak mahasiswa di Surakarta terjerat pinjol, utang untuk jalan-jalan hingga jajan,"... Awal pinjamnya dulu buat jajan, beli barang-barang, dan jalan-jalan. Akhirnya kesulitan buat membayar. Pinjamnya di dua aplikasi yang legal, totalnya Rp4 juta. Akhirnya tergiur untuk pinjam di pinjol ilegal karena lebih cepat dan pasti di setujui..."

Dari artikel diatas dapat disimpulkan bahwa bertransaksi melalui digital sangatlah mudah dipahami masyarakat terutama generasi milenial yang menginginkan apapun serba instan. Semakin banyaknya informasi penawaran wisata, fashion, makanan dan lain-lain di sosial media, masyarakat yang belum begitu mapan dalam penghasilan dan tidak memiliki tabungan tetapi mereka memiliki keinginan untuk jalan-jalan karena melihat iklan yang berada di sosial media akan berusaha memenuhi keinginannya dengan cara instan yaitu meminjam secara online (PINJOL) untuk mengajukan pinjaman online cukup menggunakan KTP saja, setelah di setuju oleh sistem uang yang di pinjam tersebut akan di transfer ke rekening nasabah. Kemudahan tersebut membuat masyarakat menggunakan pinjol untuk memenuhi keinginanya terus-menerus dan berperilaku konsumtif.

Transaksi digital kini telah berkembang pesat diberbagai kota-kota besar di Indonesia. Salah satunya yaitu kota Surakarta yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Ini sesuai dengan artikel yang ditulis oleh (Elvi Robia,2021) dalam jpnn.com yaitu mengenai kota Surakarta menjadi Kota dengan transaksi digital terbanyak. "...Kota Surakarta memecahkan rekor muri sebagai daerah yang melakukan transaksi digital terbanyak di Indonesia... "sejauh ini, banyak para pedagang yang menggunakan program transaksi jual beli dengan uang elektronik dari salah satu BUMN perbankan itu...."

Dari artikel diatas maka dapat disimpulkan bahwa di kota Surakarta banyak pusat perbelanjaan yang menggunakan pembayaran non-tunai sehingga masyarakat kota Surakarta sudah banyak yang melakukan berbagai kegiatan ekonomi dengan

layanan digital yang ada. Maka dari itu kota Surakarta menjadi daerah dengan jumlah pengguna layanan digital terbanyak. Menurut Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (IETPD) Kota Surakarta memiliki pengguna uang elektronik tertinggi wilayah solo raya yakni dengan angka 95%.

Selain itu kota Surakarta merupakan salah satu kota besar di Jawa Tengah yang memiliki Universitas dengan Mahasiswa dari berbagai Daerah. Di kota Surakarta juga sudah banyak pusat perbelanjaan yang menggunakan pembayaran non-tunai (*cashless*) yang dapat mempengaruhi pola perilaku mahasiswa dalam melakukan transaksi yang akan menjadikan mahasiswa memiliki sifat konsumtif dan susah dalam mengatur keuangan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa di Surakarta untuk mengetahui apakah faktor kemudahan, kemanfaatan dan fitur layanan dalam *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian (Mujahidin, 2020) menemukan hasil kemudahan dan manfaat penggunaan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial. Hasil ini menunjukkan bahwa generasi milenial menginginkan aplikasi *fintech* mudah digunakan dan mempunyai manfaat sebagai alat pembayaran.

Penelitian (Falah, 2021) menemukan hasil penelitian pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap minat penggunaan shopeepay di Malang Ketika covid-19. Hasil penelitian adalah persepsi kemudahan dan kepercayaan dapat mendorong perilaku konsumtif dan minat mempergunakan Kembali dompet digital shopeepay.

Penelitian (Hutami, 2019) meneliti instansi penggunaan elektronik wallet generasi milenial pada tiga startup unicorn Indonesia berdasarkan modifikasi TAM. Hasil penelitian bahwa generasi milenial memiliki persepsi kemudahan dan kepercayaan penggunaan uang elektronik yang kemudian berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Sistem pembayaran yang mudah, secara teori dapat mendorong orang untuk bertransaksi. Terlebih lagi pada mahasiswa yang mudah paham akan teknologi. Manfaat dan kemudahan transaksi pembayaran non tunai membuat mereka belum begitu mapan dalam penghasilan, rentan dalam pengeluaran dan melupakan tabungan. Oleh karena itu, dari transaksi pembayaran non tunai yang terus menawarkan fitur layanan dan kemudahan, ada efek negatif yang bisa muncul dalam penggunaannya. Melihat fenomena diatas, dengan uang elektronik pengeluaran menjadi tidak terasa dan membuat seseorang menjadi lebih konsumtif untuk membeli barang sesuai keinginannya.

Berdasarkan uraian dan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka penelitian memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Fitur Layanan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perubahan pola perilaku mahasiswa yang lebih terdigitalisasi akibat pengaruh kemudahan, manfaat dan fitur layanan *Fintech Payment*, hal ini didukung dari artikel pada *databoks.katadata.co.id* yang memaparkan mengenai nilai transaksi dengan uang elektronik mengalami pertumbuhan mencapai Rp 22,8 triliun pada 2021.
2. Meningkatnya penggunaan uang elektronik akibat pengaruh kemudahan, manfaat dan fitur layanan *Fintech Payment*, hal ini didukung dari artikel pada *databoks.katadata.co.id* yang memaparkan mengenai peningkatan jumlah transaksi transfer uang elektronik.
3. Penggunaan uang elektronik menyebabkan mahasiswa memiliki pola perilaku konsumtif akibat pengaruh kemudahan, manfaat dan fitur layanan *Fintech Payment*, hal ini didukung dengan adanya berita dari *SOLOPOS.com* mengenai banyak mahasiswa di Surakarta yang terjerat pinjol untuk jalan jalan hingga jajan.

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan penelitian ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan penelitian yang focus untuk menghindari meluasnya permasalahan dan ruang lingkup dalam penelitian. Penelitian ini hanya membahas mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dengan variabel kemudahan,

kemanfaatan dan fitur layanan serta penelitian ini hanya dilakukan di wilayah Surakarta terutama pada mahasiswa perguruan tinggi Surakarta yang menggunakan *fintech payment*

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta?
2. Apakah manfaat *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta?
3. Apakah fitur layanan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh manfaat *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan akan memberi manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Adapun kedua manfaat tersebut dijabarkan sebagai berikut.

1) Manfaat Teoritis

- a. Sebagai penambahan wawasan bagi kajian ekonomi terutama dalam tema teknologi ekonomi.
- b. Sebagai pelengkap kajian teoritis mengenai perilaku konsumtif dan kaitannya dengan penggunaan uang elektronik.

2) Manfaat Praktis

- a. Bagi penyelenggara uang elektronik, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak penyelenggara uang elektronik dalam memenuhi keinginan para pengguna sehingga dapat terus meningkatkan kualitas dan fasilitas yang diberikan.
- b. Bagi pengguna uang elektronik khususnya pada mahasiswa Surakarta penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan sekaligus masukan untuk meminimalisir perilaku konsumtif ketika menggunakan uang elektronik.
- c. Bagi pembaca dan peneliti lain, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk menambah referensi yang ingin melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif dan kaitannya dengan penggunaan uang elektronik pada penelitian selanjutnya.

yang penting karena didalamnya menjelaskan bagaimana penelitian ini dilaksanakan secara operasional.

BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian hasil analisis data dengan menggunakan teori-teori dan tinjauan umum. Uraian berisi gambaran penelitian serta pembahasan dan pembuktian dari hipotesis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil analisis data yang telah diolah sebelumnya oleh penulis serta akan dipaparkan pula keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Teori Planned Of Behavior*

Theory of planned behavior dicetuskan oleh Ajzen pada 1991 merupakan teori yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku individu ketika individu tersebut tidak memiliki kontrol kemauan sendiri secara penuh. Individu tersebut memiliki halangan atau hambatan sehingga perilakunya tidak bisa semaunya sendiri. Pada *teori planned of behavior* menjelaskan bahwa seseorang atau individu dalam melakukan suatu perilaku atau Tindakan dipengaruhi oleh tiga macam kepercayaan atau dorongan yaitu:

1. Sikap

Menurut (Ajzen, 1991) bahwa sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan yang diperoleh mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau disebut juga behavioral beliefs. Belief berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap dunia sekitarnya, pemahaman mengenai diri dan lingkungannya. Bagaimana cara mengetahui belief, dalam teori perilaku direncanakan ini, Ajzen menyatakan bahwa belief dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku yang akan kita prediksi dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh apabila kita melakukan atau tidak melakukan perilaku itu. Keyakinan ini dapat

memperkuat sikap terhadap perilaku berdasarkan evaluasi dari data yang diperoleh bahwa perilaku itu dapat memberikan keuntungan bagi pelakunya.

2. Norma Subjektif

Norma subjektif adalah perasaan atau dugaan-dugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya tentang dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tertentu, karena perasaan ini sifatnya subjektif maka dimensi ini disebut norma subjektif (*subjective norm*). Hubungan sikap terhadap perilaku sangat menentukan, maka norma subjektif juga dipengaruhi oleh keyakinan, bedanya adalah apabila hubungan sikap terhadap perilaku merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*) maka norma subjektif adalah fungsi dari keyakinan seseorang yang diperoleh atas pandangan orang-orang lain yang berhubungan dengannya (*normative belief*) (Ajzen, 1991).

3. Persepsi kontrol perilaku atau *perceived behavioral control*

Persepsi kontrol perilaku atau disebut juga dengan kontrol perilaku adalah perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Ajzen menjelaskan tentang perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol dengan cara membedakannya dengan *locus of control* atau pusat kendali yang dikemukakan oleh Rotter's. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan seseorang yang relatif stabil dalam segala situasi. Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pada penelitian ini dicerminkan oleh persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan. Seorang mahasiswa yang memiliki persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan yang kuat mengenai layanan *fintech*

payment akan mendorong orang tersebut dalam melakukan suatu perilaku. Kemudahan dan kemanfaatan layanan *fintech payment* yang diterima oleh mahasiswa akan mempengaruhi perilaku seorang mahasiswa yang berkaitan dengan perilaku konsumsi.

2.1.2 Perilaku konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku berarti bagaimana reaksi seseorang terhadap rangsangan atau lingkungan. Konsumtif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti memiliki sifat konsumsi yang hanya menggunakan, belum menghasilkan suatu produk sendiri atau bergantung pada produksi orang lain. Sifat konsumtif pada awalnya berasal dari mengonsumsi suatu barang. Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan dan tidak terencana hanya untuk memenuhi kesenangan semata atau bahkan tidak begitu diperlukan. Sehingga tanpa pertimbangan seseorang mudah melakukan pengeluaran untuk berbagai keinginan yang tidak masuk ke dalam kebutuhan sehari – hari (Azka Fikri, 2021).

Keinginan masyarakat dalam kehidupan yang modern untuk mengonsumsi suatu barang tampaknya mulai kehilangan dari hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya sehingga perilaku konsumtif seringkali berlebihan sebagai suatu usaha seseorang untuk mendapatkan kepuasan walaupun bersifat sementara (Auskarni, 2021). Aktivitas pembelian barang yang tidak bertujuan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan tindakan ini dilakukan berkali-kali sehingga membuat berlebihan dalam menggunakan uang.

Perilaku konsumtif menyatakan bahwa perilaku konsumen dalam membeli barang atau jasa yang kurang bermanfaat atau mengonsumsi lebih dari yang diperlukan dari kebutuhan. Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi suatu produk secara berlebihan tanpa mempertimbangkan apakah produk tersebut berguna dan masuk ke dalam kebutuhannya atau tidak untuk mencapai kepuasan maksimal (Suminar & Meiyuntari, 2016).

Dari pengertian menurut para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tidak begitu diperlukan. Membeli suatu barang atau jasa sesuai keinginan tanpa memperimbangkan nilai guna dari barang dan jasa yang di beli, tindakan ini dapat dilakukan berulang-ulang kali sesuai keinginan seseorang.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif terjadi karena adanya faktor internal maupun eksternal. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelompok referensi, strata sosial, dan sebagainya. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu harga diri, motivasi, pengamatan, gaya hidup, dan sebagainya. Pengukuran perilaku konsumtif menggunakan indikator perilaku konsumtif menurut (Sumartono, 2002) yaitu:

- a. Mengonsumsi produk karena iming-iming hadiah: membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut
- b. Mengonsumsi produk karena kemasan yang menarik: masyarakat terutama yang masih muda sangat mudah terpengaruh untuk membeli produk yang dibungkus

dengan baik dan dihias dengan menarik. Motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena bungkus yang menarik.

- c. Membeli produk karena menjaga penampilan diri dan gengsi: kaum muda memiliki keinginan membeli yang cukup tinggi karena umumnya remaja memiliki ciri khas dalam berdandan agar mereka dapat menarik perhatian dari orang lain.
- d. Membeli produk karena pertimbangan harga (bukan karena kegunaan): konsumen cenderung memiliki perilaku serba mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap mewah atau mahal.
- e. Membeli produk karena menjaga simbol status: konsumen memiliki kemampuan mengonsumsi yang tinggi baik dari segi berpakaian, berdandan, dan sebagainya sehingga dapat menunjang sifat eksklusif barang yang mahal dan memberikan kesan berasal dari strata sosial yang lebih tinggi.
- f. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan: konsumen cenderung mengikuti tokoh idolanya, apabila tokoh idola menjadi brand ambassador suatu produk maka mereka dengan senang hati untuk membeli produk tersebut.
- g. Mencoba lebih dari dua produk yang sama (merk berbeda): konsumen cenderung menggunakan barang yang sama dengan merk lain daripada produk yang ia gunakan arena ingin melihat perbedaan dari produk yang sama dengan merk berbeda.

2.1.3 Kemudahan

1. Pengertian kemudahan

Menurut Davis et.al dalam (Mujahidin, 2020) persepsi kemudahan merupakan seberapa besar seseorang percaya dalam menggunakan sistem tertentu tidak memerlukan kerja keras. Walaupun kerja keras tiap individu berbeda, tetapi ukurannya adalah tidak ada penolakan pada sistem tersebut karena kesulitan dalam penggunaannya.

Menurut (Fred Davis, 1989) kemudahan adalah Perspektif yang memberikan indikasi bahwa suatu teknologi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan teknologi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan teknologi akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang menggunakan sistem manual.

Menurut (Nasution, 2004) persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya. Semua orang ingin merasa mudah serta nyaman agar bisa memberikan penilaian yang baik pada suatu teknologi

Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan menjadi keinginan setiap orang, teknologi hadir untuk mempermudah seseorang menyelesaikan segala kepentingannya, teknologi yang susah dipelajari tentu tidak memiliki banyak pengguna hal itu berdampak pada penunjukan sifat negatif dari para calon konsumen, yaitu perilaku konsumtif dengan membeli barang sesuai keinginannya tidak dengan kebutuhannya.

Oleh karena itu, kemudahan yang dihasilkan dapat mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam bertransaksi.

2. Indikator Kemudahan

Sedangkan menurut (Vankatesh, 2000) persepsi kemudahan penggunaan dibagi menjadi beberapa dimensi seperti:

- a. *Clear and understandable* dimana interaksi seseorang dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
- b. *Does not require a lot of mental effort* yang berarti tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system.
- c. *Easy to use* atau mudah digunakan.
- d. *Easy to get the system to do what they wants to do* yang berarti mudah untuk mengoperasikan sesuai dengan yang ingin dilakukan oleh individu itu sendiri.

2.1.4 Manfaat

1. Pengertian Manfaat

Menurut (Fred Davis, 1989) persepsi manfaat merupakan seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap sesuatu yang mempunyai manfaat ketika menggunakannya. persepsi manfaat merupakan seberapa jauh individu dalam menggunakan suatu sistem mempunyai kepercayaan akan manfaat dan bisa meningkatkan kinerjanya.

Begitu pula menurut Jogiyanto dalam (Mujahidin, 2020) mengatakan bahwa persepsi manfaat adalah sebuah kepercayaan seseorang dalam menggunakan sebuah teknologi bisa bermanfaat dalam meningkatkan kinerjanya.

Sedangkan menurut Fidiin dan Dormos dalam (Mujahidin, 2020) persepsi terhadap manfaat adalah sesuatu yang diyakini seseorang yang dapat diperoleh apabila menggunakan IT. Konsep manfaat menunjukkan keyakinan pemakai pada kontribusi sistem informasi terhadap kinerja pemakai. Gagasan manfaat yang dirasakan mengungkapkan pengguna tentang efek sistem informasi pada kinerja pengguna.

Maka dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan sikap kepercayaan pada saat menggunakan sebuah teknologi, manfaat dapat dirasakan oleh pengguna jika suatu sistem tersebut dapat mempermudah segala kepentingan penggunanya. Jika sistem dapat memberikan informasi dan kinerja dengan baik kepada pengguna maka pengguna juga akan memberikan keyakinan untuk menggunakan sistem tersebut.

Manfaat dapat mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam bertransaksi karena semakin banyak manfaat yang diberikan oleh suatu sistem dapat mendorong seseorang untuk membelanjakan uangnya, sehingga jika dianggap semua mudah dan dapat meringankan pekerjaan maka seseorang akan terus melakukan transaksi melebihi kebutuhannya karena akan menganggap produk itu sangat penting secara terus menerus.

2. Indikator Manfaat

Kemanfaatan dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu (1) Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor, dan (2) kemanfaatan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan

efektifitas) (Chinn et al., 1995). Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor meliputi dimensi;

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*).
- b. Bermanfaat (*usefull*).
- c. Menambah produktifitas (*Increase productivity*).
- d. Mempertinggi efektifitas (*enchance efectiveness*).
- e. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*)

2.1.5 Fitur Layanan

1. Pengertian Fitur Layanan

Layanan kepada konsumen merupakan faktor utama dalam menjaga loyalitas pelanggan dan salah satu layanan konsumen yaitu fitur layanan, fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi secara online atau tidak. Upaya-upaya dalam meningkatkan kepercayaan disini merupakan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat pada aplikasi. Agar konsumen merasa puas dengan fitur layanan maka fitur tersebut harus mencakup kebutuhan para pengguna. Fitur layanan adalah persepsi nasabah terhadap layanan yang disediakan (Agustina, 2017).

Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara *online* atau *offline*, semakin baik dan beragam fitur dari suatu produk dapat lebih menarik minat seseorang dalam menggunakan produk tersebut (Hanafi & Kamela, 2022).

Seorang konsumen menggunakan suatu produk berdasarkan beberapa pertimbangan salah satunya yaitu fitur layanan. Sebuah produk akan menawarkan berbagai fitur yang telah dimiliki oleh produk itu sendiri. Informasi yang disampaikan mengenai fitur layanan akan memberikan beberapa manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen sehingga mampu menjadi perhatian tersendiri untuk konsumen yang nantinya konsumen akan memahami manfaat apa saja yang didapatkan ketika sudah menggunakannya (Rukani & Marlana, 2021).

Fitur layanan adalah bagian paling utama untuk menarik minat pengguna, karena jika suatu sistem mempunyai berbagai layanan yang ditawarkan maka akan meningkat juga kepercayaan konsumen untuk menggunakan sistem tersebut. Hal ini yang membuat fitur layanan dapat mempengaruhi pola perilaku seseorang dalam bertransaksi karena semakin menarik fitur layanan itu maka seseorang akan semakin tertarik dengan yang ditawarkan dan akan terus melakukan transaksi yang melebihi kebutuhannya. Maka para penyedia layanan berlomba-lomba memperbaiki fitur layanan dan menambah fitur layanan agar lebih menarik minat pengguna.

2. Indikator Fitur Layanan

Adapun indikator-indikator untuk mengukur fitur layanan Ponn dalam (Agustina, 2017) adalah sebagai berikut:

- a. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa.
- b. Keberagaman layanan transaksi.
- c. Keberagaman fitur.
- d. Inovasi produk.

2.1.6 Sistem Pembayaran

Perkembangan sistem pembayaran didukung oleh besarnya volume serta nilai transaksi, peningkatan risiko, kompleksnya transaksi dan perkembangan teknologi. Sistem pembayaran merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem keuangan perbankan suatu negara. Sistem pembayaran sendiri merupakan sistem yang berisi pengaturan, mekanisme, perjanjian yang digunakan untuk menyampaikan, mengesahkan dan menerima instruksi pembayaran, serta memenuhi kewajiban pembayaran. Transaksi pembayaran dibagi menjadi dua yaitu instrumen tunai serta non tunai (Sri Mulyati Tri Subari, 2003).

Sistem pembayaran merupakan infrastruktur yang terdiri dari institusi, instrumen, peraturan, prosedur, standar, maupun teknis yang bertujuan untuk menyelenggarakan transfer nilai moneter antar semua pihak. Sistem pembayaran dapat dibedakan menjadi dua yaitu sistem pembayaran konvensional atau tradisional dan sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran konvensional merupakan proses pembayaran dan settlement yang dilakukan langsung dari pembeli ke penjual (*buyer-to-seller*) baik melalui tunai, transfer dana atau informasi lainnya. Pembayaran secara tunai membutuhkan pembeli untuk mengambil uang dari akun miliknya, kemudian diberikan kepada penjual sedangkan pada pembayaran non tunai hanya dibutuhkan mekanisme settlement melalui debit credit akun sesama atau antar bank (Suryanto, Herwan Abdul Muhyi, 2022).

Pembayaran digital dapat dikatakan lebih efisien dikarenakan dalam proses transaksi jarang di tambahkan biaya admin, meskipun terdapat biaya admin itu pun lebih murah dibandingkan jika datang ke gerai tempat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu pula, barang barang yang dijual di dalam aplikasi memiliki selisih harga dibandingkan di toko-toko karena langsung pada pihak pertama sehingga harga yang ditawarkan relatif murah. Pembayaran digital ini jelas dapat membantu manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya agar menjadi lebih efektif dan juga efisien (Tarantang et al., 2019).

Sistem perkembangan pembayaran setiap waktu selalu berubah seiring dengan perkembangan zaman. Dahulu kala, kita mengenal istilah barter yang digunakan untuk saling memenuhi kebutuhan hidup. Sampai ketika, mata uang diterbitkan untuk menjadi landasan baku dalam sistem tukar barang. Perkembangan pembayaran sudah melakukan revolusi di masa sekarang dan munculah yang namanya sistem pembayaran digital yang berbentuk paperbased (Cek/BilyetGiro), card-based (Kartu Kredit, Kartu Debet) dan electronic based.

2.2 Penelitian yang Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Metode Analisis	Hasil
1.	(Mujahidin, 2020)	Pengaruh Fintech E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millenial	Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan SPSS.	Variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan, kegunaan, promosi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2.	(Giswandhani & Hilmi, 2020)	Pengaruh Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Sikap Konsumtif masyarakat kota Makasar	Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS.	Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kemudahan transaksi non-tunai terhadap sikap konsumtif.
3.	(Widyayanti, 2020)	Analisis Pengaruh Kecenderungan Pergeseran sistem Pembayaran dari tunai ke non-tunai payment terhadap peningkatan	Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang bersifat deskriptif	Transaksi cepat (TC), Pencatatan Mudah Sistematis (PM), Databased akurat (DA), dan Peningkatan Pendapatan Usaha (PP), pergeseran

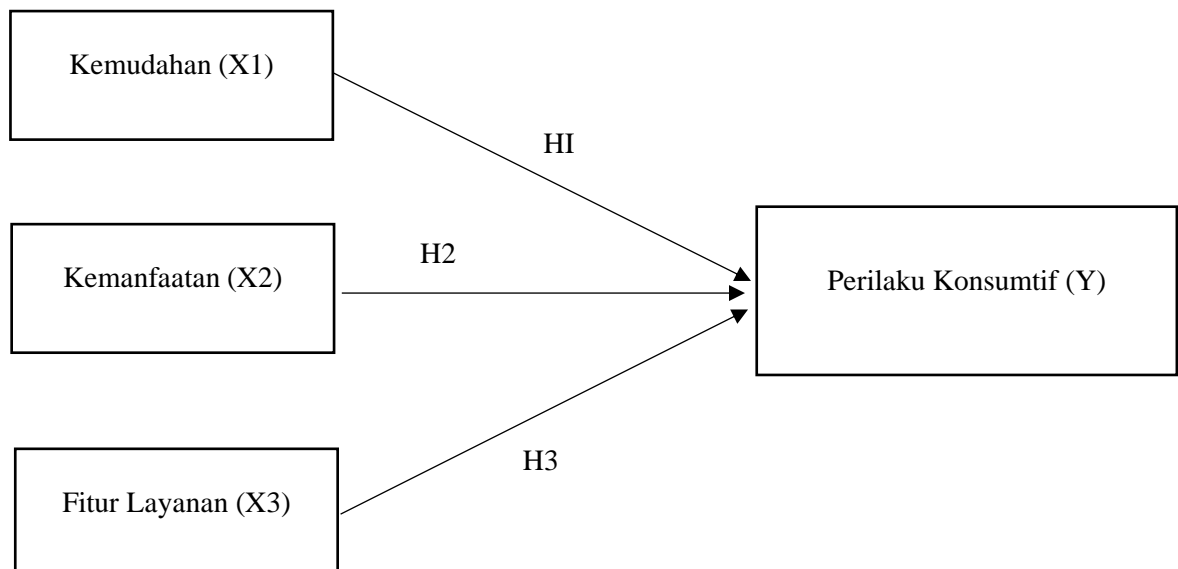
		pendapatan usaha (studi pada umkm di Yogyakarta)		pembayaran non tunai secara keseluruhan memberikan gambaran bahwa transaksi menjadi lebih banyak dan lebih sering sehingga mampu meningkatkan pendapatan usaha.
4.	(Hanafi & Kamela, 2022)	Pengaruh Presepsi Kemudahan, Fitur Layanan dan Presepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (GOPAY) di kota Padang (survei pada masyarakat di kota padang)	Jenis Penelitian ini kuantitatif dengan menggunakan SEM-PLS.	Persepsi kemudahan dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan, fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan.
5.	(Rukani & Marlina, 2021)	Pengaruh Presepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning	Penelitian ini Menggunakan Metode Kuantitatif Deskriptif dengan Menggunakan SPSS.	Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan.

		Sebagai Media Pembelajaran Online.		
6.	(Auskarni, 2021)	Pengaruh Gaya Hidup dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makasar.	Penelitian ini Menggunakan Metode Kuantitatif dengan pendekatan regresi.	Gaya Hidup dan Konsep Diri Berpengaruh Positif Terhadap Perilaku Konsumtif.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis pada gambar 2.1 dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Teoritis



Sesuai dengan model kerangka penelitian tersebut, maka variable dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kemudahan sebagai variabel bebas
2. Kemanfaatan sebagai variabel bebas
3. Fitur Layanan sebagai variabel bebas
4. Perilaku Konsumtif sebagai variabel terikat

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang masih dapat dicari kebenarannya. Berdasarkan perumusan masalah, tinjauan pustaka, dan tinjauan penelitian terdahulu, maka hipotesis dari penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif

Menurut (Fred Davis, 1989) kemudahan adalah Perspektif yang memberikan indikasi bahwa suatu teknologi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan teknologi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan teknologi akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang yang menggunakan sistem manual.

Penelitian yang dilakukan oleh (Giswandhani & Hilmi, 2020) menunjukkan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat kota Makasar. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H1: Kemudahan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

2. Pengaruh manfaat *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif

Menurut (Fred Davis, 1989) persepsi manfaat merupakan seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap sesuatu yang mempunyai manfaat ketika menggunakannya. persepsi manfaat merupakan seberapa jauh individu dalam menggunakan suatu sistem mempunyai kepercayaan akan manfaat dan bisa meningkatkan kinerjanya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kristina Nyoman Tri Rahayu, 2021) menunjukkan faktor kemanfaatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sanata Dharma. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

H2: Manfaat *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

3. Pengaruh fitur layanan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif

Fitur layanan adalah salah satu faktor dari pesaing yang akan membuktikan suatu kepercayaan untuk konsumen dalam melakukan transaksi baik secara *online* atau

offline, semakin baik dan beragam fitur dari suatu produk dapat lebih menarik minat seseorang dalam menggunakan produk tersebut (Hanafi & Kamela, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh (Rahima & Cahyadi, 2022) menunjukkan bahwa fitur layanan *Shopee paylater* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut, hipotesis penelitian ini srbagai berikut:

H3: Fitur layanan *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Wilayah Penelitian

Waktu yang digunakan pada penelitian ini dari mulai penyusunan proposal hingga terciptanya laporan penelitian ini dari Oktober 2022 sampai selesai. Tempat yang digunakan untuk penelitian ini di wilayah Surakarta dengan kriteria Mahasiswa sebagai objek penelitian.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dimana data yang digunakan dalam penelitian berupa angka serta penggunaan program statistik dalam melakukan analisis penelitian. Penelitian kuantitatif dapat diartikan penelitian yang menggunakan data kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu metode yang berfungsi untuk menjawab sebuah pertanyaan dimana data tersebut berupa program statistik maupun berupa angka.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek maupun subyek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Populasi yang

dimaksud dalam penelitian ini adalah beberapa mahasiswa perguruan tinggi yang memiliki jurusan umum di wilayah Surakarta antara lain:

1. Universitas Sebelas Maret (UNS)
2. Universitas Surakarta (UNSA)
3. Universitas Setia Budi Surakarta (USB)
4. Universitas Sahid Surakarta (UNSAHID)
5. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Surakarta (STIMIK)
6. Universitas Batik Surakarta
7. STIMIK AUB Surakarta
8. Universitas Duta Bangsa (UDB) Surakarta
9. Universitas Slamet Riyadi (UNISRI)
10. Universitas Tunas Pembangunan Surakarta

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling karena penulis menentukan sampel untuk penelitian ini dengan kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan (Sugiyono, 2011). Kriteria sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa di wilayah Surakarta yang menggunakan *fintech payment*.

Tabel 3.1
Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2011

Adapun untuk Penentuan banyaknya jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Penggunaan rumus lemeshow dalam penelitian ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Sehingga untuk mengetahui jumlah sampel menggunakan rumus lemeshow. (Riduwan dan Akdon, 2010) Adapun rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 p(1-p)}{d}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

z = nilai standard = 1.96

p = Proporsi populitas yang diketahui jumlahnya

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi sebanyak 100 responden. Peneliti memilih menggunakan rumus Lemeshow karena populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.4 Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang didapatkan dengan pengambilan data secara langsung. Data primer bisa didapatkan melalui survey, wawancara, maupun dari pengisian kuesioner atau angket. Sedangkan sumber data yang akan digunakan oleh penelitian ini yaitu hasil pengisian kuesioner oleh mahasiswa Surakarta.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angket atau kuesioner. Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada para mahasiswa aktif di wilayah Surakarta yang menggunakan *fintech payment*. Angket ataupun kuesioner ialah mendapatkan informasi ataupun data dari responden dengan teknik pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan tertulis dimana pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijawab oleh para responden (Salim & Syahrums, 2012). Dari jawaban yang didapat melalui pertanyaan tersebut, peneliti akan mendapatkan informasi tertentu yang dibutuhkan untuk melakukan penelitian ini.

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang bisa menjadi objek pengamatan dalam penelitian. Variabel juga dapat diartikan sebagai faktor- faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti (Salim & Syahrudin, 2012). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel pengaruh atau variabel independent dan variabel terpengaruh atau variabel dependent. Atau bisa juga disebut dengan variabel bebas dan variabel terikat

3.6.1 Variabel Dependend (Y)

Variabel dependent ialah variabel yang terpengaruh karena adanya variabel lainnya. Variabel dependent ini menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas. Variabel dependent dalam penelitian ini ialah perilaku konsumtif mahasiswa.

3.6.2 Variabel Independent (X)

Variabel independent adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel lainnya. Variabel independent ini menjadi sebab terpengaruhnya variabel terikat. Variabel bebas juga dapat didefinisikan sebagai suatu nilai ataupun kondisi yang apabila ada dapat mengakibatkan perubahan atau kemunculan pada nilai ataupun kondisi yang lainnya (Ulfa, 2021). Variabel independent dalam penelitian ini ialah Kemudahan *Fintech Payment*, Manfaat *Fintech Payment*, Fitur Layanan *Fintech Payment*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam Definisi operasional merupakan pemberian batasan yang dilakukan oleh peneliti pada variabel penelitiannya agar variabel penelitian bisa diukur (Salim & Syahrums, 2012). Operasional variabel penelitian merupakan penjelasan mengenai variabel-variabel penelitian Secara singkat. Operasional variabel penelitian dilakukan agar variabel penelitian dapat diukur dan juga dapat diamati. Oleh karena agar proses penelitian variabel dapat dilakukan dengan mudah maka variabel penelitian dapat didefinisikan Secara operasional sebagai berikut:

TABEL 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kemudahan	kemudahan adalah Perspektif yang memberikan indikasi bahwa suatu teknologi dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, akan tetapi penggunaan teknologi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Clear and understandable</i> dimana interaksi seseorang dengan sistem jelas dan mudah dimengerti. 2. <i>Does not require a lot of mental effort</i> yang berarti tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system. 3. <i>Easy to use</i> atau mudah digunakan. 4. <i>Easy to get the system to do what they wants to do</i> yang berarti mudah untuk mengoperasikan sesuai dengan yang ingin dilakukan oleh

		individu itu sendiri (Vankatesh, 2000).
Manfaat	Manfaat merupakan seberapa besar kepercayaan seseorang terhadap sesuatu yang mempunyai manfaat ketika menggunakannya. persepsi manfaat merupakan seberapa jauh individu dalam menggunakan suatu sistem mempunyai kepercayaan akan manfaat dan bisa meningkatkan kinerjanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (<i>makes job easier</i>). 2. Bermanfaat (<i>usefull</i>). 3. Menambah produktifitas (<i>Increase productivity</i>). 4. Mempertinggi efektifitas (<i>enchance efectiveness</i>). 5. Mengembangkan kinerja pekerjaan (<i>improve job performance</i>) Chin dan Todd dalam (Riduwan dan Akdon, 2010).
Fitur Layanan	Fitur layanan merupakan salah satu faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan bagi konsumen dalam memutuskan dalam melakukan transaksi secara online atau tidak.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses informasi tentang produk atau jasa. 2. Keberagaman layanan transaksi. 3. Keberagaman fitur. 4. Inovasi produk (Agustina, 2017).
Perilaku Konsumtif	Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan dan tidak terencana hanya untuk memenuhi kesenangan semata atau bahkan tidak begitu diperlukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengonsumsi produk karena iming-iming hadiah 2. Mengonsumsi produk karena kemasan yang menarik 3. Membeli produk karena menjaga penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk karena pertimbangan harga (bukan karena kegunaan).

		<ol style="list-style-type: none">5. Membeli produk karena menjaga simbol status.6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan.7. Mencoba lebih dari dua produk yang sama (merk berbeda) (Sumartono, 2002).
--	--	---

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah salah satu metode yang digunakan untuk analisis data sehingga menjadi sebuah informasi supaya lebih mudah untuk dipelajari dan dipahami serta berguna untuk menghasilkan solusi dari masalah penelitian. Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini. Dengan program Statistical Product and Service Solution (SPSS).

Adanya analisis regresi linear berganda bermanfaat untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (GHOZALI, 2016). Dalam penelitian ini membahas mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebasnya adalah kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment* dan fitur layanan *fintech payment* sedangkan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif mahasiswa.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan salah satu metode statistika, dimana dalam metode ini memberikan informasi yang berguna dengan cara pengumpulan serta penyajian data (Martias, 2021). Dalam analisis statistik deskriptif, untuk melakukan analisis data dengan mendeskripsikan serta menggambarkan sebuah data yang ada sehingga kita dapat menarik kesimpulan.

3.8.2 Uji Instrumen Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas ini untuk melihat fungsi ukur dari suatu instrument pengukur sejauh mana memiliki ketepatan serta kecermatan. Apabila suatu instrument menunjukkan fungsi ukur secara tepat maka dapat dikatakan instrument tersebut memiliki validitas yang tinggi (Azwar, 1988).

Manfaat dari uji validitas ini ialah untuk melihat valid atau tidak sebuah kuesioner yang digunakan untuk penelitian. Uji validitas ini berguna untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu instrument. Apabila validitasnya tinggi maka dapat diartikan instrument tersebut valid. Lalu sebaliknya apabila validitasnya rendah maka instrumen tersebut kurang valid. Apabila nilai validitas setiap pernyataan dalam kuesioner lebih besar dari t tabel atau t hitung $>$ t tabel maka pernyataan-pernyataan tersebut dikatakan valid (Sugiyono, 2010).

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilas adalah uji yang dilakukan untuk melihat tingkat kekonsistenan tanggapan responden terhadap suatu tes yang dilakukan untuk penelitian. Uji realibilitas dapat menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji reabilitas ini bisa menunjukkan sejauh mana instrument yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan. Sesudah nilai koefisien realibilitas didapatkan, maka diperlukan ketetapan nilai koefisien reabilitas. Apabila nilai koefisien reabilitas

menunjukkan nilai 0,7 maka nilai tersebut dapat dianggap cukup baik atau reliabel (Imam Ghozali, 2018).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu syarat statistik yang harus dilakukan dalam analisis regresi liner berganda. Uji asumsi klasik perlu dilakukan untuk tujuan agar terhindar dari kesalahan dalam spesifikasi model regresi yang digunakan. Pada asumsi klasik terdapat beberapa pengujian, yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji multikolonieritas.

Namun pada penelitian ini pada penelitian ini hanya menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas. Penelitian ini tidak menggunakan uji autokolerasi dikarenakan dalam penelitian ini hanya menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bermanfaat untuk melihat data yang dimiliki variabel dependent serta variabel independent berdistribusi normal ataukah tidak. Setelah didapatkan nilai dari uji normalitas, dilakukan perbandingan antara nilai p dengan nilai taraf signifikan. Nilai taraf signifikan disini sebesar 0,05. Sehingga apabila nilai $p > 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi (Imam Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusannya adalah jika signifikan dibawah 0,05 berarti tidak berdistribusi normal. Jika signifikan diatas 0,05 maka berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat dalam model regresi apakah antara residual satu ke residual pengamatan lainnya terjadi ketidaksamaan varian ataukah tidak. Dalam uji ini dapat dikatakan homokedastisitas jika varian dari residual satu ke residual lainnya mengalami kesamaan. Sedangkan dapat dikatakan heteroskedastisitas apabila varian dari residual satu ke residual pengamatan lainnya berbeda atau tidak terjadi kesamaan. Apabila model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melakukan uji statistik spearman's rho. Jika nilai Sig. (2- tailed) $\geq 0,05$ maka artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Sedangkan jika nilai Sig (2-tailed) $\leq 0,05$ maka artinya terdapat masalah heterokedastisitas (Imam Ghozali, 2018).

3.8.3.3 Uji Multikolonieritas

Guna melihat adanya korelasi antara variabel independent dalam model regresi maka perlu dilakukan uji multikolonieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas, maka dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) serta juga nilai tolerance. Apabila model regresi terbebas dari gejala multikolonieritas atau dari korelasi maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Untuk melihat tidak adanya gejala multikolonieritas maka ditetapkan apabila nilai VIF $< 10,00$ dan nilai Tolerance $> 0,10$ (Imam Ghozali, 2018).

3.8.4 Uji Ketepatan Model

3.8.4.1 Uji Simultan (Uji F)

Untuk melihat apakah semua variabel independent secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependent perlu dilakukan uji simultan atau dapat disebut uji F. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji kemampuan kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment* dan fitur layanan *fintech payment*. secara bersama-sama dalam menjelaskan atau mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Uji simultan dapat dilakukan dengan cara melakukan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel serta dengan tingkat signifikan sebesar $\leq 0,05$ (Imam Ghazali, 2018). Apabila F hitung \geq F tabel maka H_0 ditolak yang artinya kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, dan fitur layanan *fintech payment* secara bersama-sama mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan apabila F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima yang artinya kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, dan fitur layanan *fintech* secara bersama-sama tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

3.8.4.2 Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk pengukuran kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besaran nilai determinasi yaitu antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien determinasi kecil maka dapat diartikan kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sedangkan apabila nilai determinasi mendekati satu maka dapat diartikan kemampuan

variabel-variabel independent semakin baik dalam menjelaskan variabel dependent (Imam Ghozali, 2018).

3.8.5 Analisis Regresi

3.8.5.1 Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis sata regresi linier berganda. Regresi linier berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b^1x^1 + b^2x^2 + b^3x^3 + e$$

Y = Perilaku konsumtif mahasiswa

a = Nilai konstan

x^1 = Kemudahan *fintech payment*

x^2 = Manfaat *fintech payment*

x^3 = Fitur layanan pada *fintech payment*

b^1 = koefisien regresi x^1

b^2 = koefisien regresi x^2

b^3 = koefisien regresi x^3

e = standar error

3.8.6 Uji Hipotesis

3.8.6.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk uji t maka perlu dilakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel, pada tingkat signifikan sebesar 5% atau sama dengan 0,05 (Imam Ghazali, 2018). Dalam melakukan uji hipotesis, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, atau dapat dikatakan terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependent. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, atau dapat dikatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependent.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya perkembangan teknologi keuangan khususnya pada perkembangan layanan *fintech payment*. Kemudahan, manfaat dan fitur layanan yang disediakan *fintech payment* membuat banyak masyarakat tertarik untuk menggunakannya. Penggunaan *fintech payment* ini bisa saja berpengaruh pada kehidupan sehari-hari seseorang khususnya pada pola konsumsi masyarakat, karena adanya *fintech payment* ini segala pembayaran bisa dilakukan secara efektif dan efisien.

Pada penelitian ini menggunakan *theory planned behavior*, teori ini membahas mengenai perilaku seseorang dalam mengambil sebuah keputusan. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment* dan fitur layanan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa kota Surakarta yang menggunakan *fintech payment*. Banyaknya sampel dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Untuk memperoleh data yang diperlukan dilakukan dengan penyebaran kuesioner dengan skala likert 1-5.

Selanjutnya data tersebut akan diolah dan dianalisis dengan menggunakan SPSS. Setelah diolah dan dianalisis menggunakan SPSS maka akan dapat ditarik kesimpulan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

4.1.2 Deskripsi Responden

Deskripsi responden untuk memaparkan mengenai latar belakang yang dimiliki oleh responden tersebut. Deskripsi responden ini dapat berupa Usia responden, jenis kelamin responden, asal universitas responden dan jenis *fintech payment* yang digunakan.

1. Responden berdasarkan usia

Dari data hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh data responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persen (%)
19 tahun	22	22%
20 tahun	28	28%
21 tahun	26	26%
22 tahun	24	24%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Hasil analisis tabel 4.1 menunjukkan terdapat 4 pengelompokan dari segi usia yaitu usia 19 tahun sebanyak 22%, usia 20 tahun sebanyak 28%, usia 21 tahun sebanyak 26%, dan usia 22 tahun sebanyak 24%.

2. Responden berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-Laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebanyak 59% responden berjenis kelamin perempuan dan sisanya 41% responden berjenis kelamin laki-laki.

3. Responden berdasarkan asal perguruan tinggi

Tabel 4.3

Data Responden berdasarkan asal perguruan tinggi

Perguruan Tinggi	Jumlah	Persen
Universitas Sebelas Maret	18	18%
Universitas Sahid Surakarta	15	15%
Universitas Setia Budi Surakarta	4	4%
Universitas Surakarta	10	10%
Universitas Duta Bangsa Surakarta	12	12%
Universitas Selamat Riyadi	9	9%
STMIK AUB Surakarta	9	9%
STMIK Amikom Surakarta	6	6%
Universitas Batik Surakarta	11	11%
Universitas Tunas Bangsa Surakarta	6	6%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Hasil tabel 4.3 menunjukkan bahwa terdapat 8 asal perguruan tinggi. Perguruan tinggi Universitas Sebelas Maret menunjukkan presentase paling tinggi yaitu sebesar 18%. Sedangkan Universitas Setia Budi Surakarta menunjukkan presentase paling rendah yaitu sebesar 4%.

4. Responden berdasarkan jenis *fintech payment* yang digunakan

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Jenis *Fintech Payment*

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
E-Money	32	32%
E-Wallet	68	68%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.4 menunjukkan terdapat 4 jenis *fintech payment* yang digunakan responden. Dari 2 jenis *fintech payment* terdapat jenis e-wallet yang paling banyak digunakan sebesar 68% responden, lalu 32% memakai e-wallet.

4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Tabel 4.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MUDAHAN (X1)	100	16	20	18.17	1.407
NFAAT (X2)	100	20	25	22.40	1.694
UR LAYANAN (X3)	100	16	20	17.85	1.403
RILAKU KONSUMTIF	100	26	35	30.58	2.262
Valid N (listwise)	100				

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Analisis deskriptif dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel kemudahan *fintech payment* memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 16 sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 18,17 dan standar deviasi pada variabel kemudahan *fintech payment* sebesar 1,407
- b. Variabel manfaat *fintech payment* memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 20 sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 25 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 22,40 dan standar deviasi pada variabel manfaat *fintech payment* sebesar 1,694
- c. Variabel fitur layanan *fintech payment* memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 16 sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 17,85 dan standar deviasi pada variabel fitur layanan *fintech payment* sebesar 1,403
- d. Variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 26 sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 35 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 30,58 dan standar deviasi pada variabel perilaku konsumtif sebesar 2,262

4.2.2 Pengujian Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah pengukuran yang digunakan untuk melihat tingkat kebenaran suatu instrument yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Untuk melihat r tabel dengan rumus $(df) = n-2$, dari rumus tersebut didapatkan r tabel sebesar 0,1966. Uji validitas dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil uji validitas dari penelitian ini yaitu:

1) Kemudahan (X1)

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Kemudahan *Fintech Payment*

Indikator Variabel	R hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,736	0,1966	Valid
X1.2	0,641	0,1966	Valid
X1.3	0,733	0,1966	Valid
X1.4	0,727	0,1966	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa r hitung untuk variabel kemudahan *fintech payment* masing masing sebesar 0.736; 0,641; 0,733; 0,727. Dari semua item pernyataan dalam variabel kemudahan *fintech payment* memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga kuesioner pada variabel kemudahan *fintech payment* dapat dikatakan valid. Maka dapat dikatakan pernyataan-pernyataan dalam variabel kemudahan *fintech payment* layak digunakan untuk instrument penelitian.

2) Manfaat *Fintech*

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Manfaat *Fintech Payment*

Indikator Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,731	0,1966	Valid
X2.2	0,590	0,1966	Valid
X2.3	0,713	0,1966	Valid
X2.4	0,656	0,1966	Valid
X2.5	0,641	0,1966	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa r hitung untuk variabel manfaat *fintech payment* masing masing sebesar 0,731; 0,590; 0,713; 0,656; 0,641. Dari semua item pernyataan dalam variabel manfaat *fintech payment* memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga kuesioner pada variabel manfaat *fintech payment* dapat dikatakan valid. Maka dapat dikatakan pernyataan-pernyataan dalam variabel manfaat *fintech payment* layak digunakan untuk instrument penelitian.

3) Fitur Layanan *Fintech*

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Fitur Layanan *Fintech Payment*

Indikator Variabel	R hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0,703	0,1966	Valid
X3.2	0,674	0,1966	Valid
X3.3	0,687	0,1966	Valid
X3.4	0,690	0,1966	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa r hitung untuk variabel fitur layanan *fintech payment* masing masing sebesar 0,703; 0,674; 0,687; 0,690. Dari semua item pernyataan dalam variabel fitur layanan *fintech payment* memiliki r hitung lebih

besar daripada r tabel, sehingga kuesioner pada variabel fitur layanan *fintech payment* dapat dikatakan valid. Maka dapat dikatakan pernyataan-pernyataan dalam variabel fitur layanan *fintech payment* layak digunakan untuk instrument penelitian.

4) Perilaku Konsumtif

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Indikator Variabel	R hitung	R table	Keterangan
Y 1	0,407	0,1966	Valid
Y 2	0,506	0,1966	Valid
Y 3	0,374	0,1966	Valid
Y 4	0,367	0,1966	Valid
Y 5	0,492	0,1966	Valid
Y 6	0,613	0,1966	Valid
Y 7	0,623	0,1966	Valid

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa r hitung untuk variabel perilaku konsumtif masing masing sebesar 0,407; 0,506; 0,374; 0,367; 0,492; 0,613; 0,623. Dari semua item pernyataan dalam variabel perilaku konsumtif memiliki r hitung lebih besar daripada r tabel, sehingga kuesioner pada variabel perilaku konsumtif dapat dikatakan valid. Maka dapat dikatakan pernyataan-pernyataan dalam variabel perilaku konsumtif layak digunakan untuk instrument penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berguna untuk menunjukkan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Uji reabilitas ini bisa menunjukkan sejauh mana instrument yang digunakan dapat dipercaya dan diandalkan. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel

apabila nilai coefficients cronbach's alpha $> 0,70$. Hasil dari uji reliabilitas yaitu sebagai berikut:

1) Uji Reliabilitas Kemudahan *fintech payment*

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan *Fintech Payment*

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,744	0,7	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel kemudahan *fintech payment* yaitu 0,744. Hal ini menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai kritis reliabel, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel kemudahan *fintech payment* dikatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan.

2) Uji Reliabel Manfaat *fintech payment*

Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas Manfaat *Fintech Payment*

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,736	0,7	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel manfaat *fintech* yaitu 0,736. Hal ini menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai kritis reliabel, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel manfaat *fintech* dikatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan.

3) Uji Reliabel Fitur Layanan *fintech payment***Tabel 4.12****Hasil Uji Reliabilitas Fitur Layanan *Fintech Payment***

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,738	0,7	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel fitur layanan *fintech payment* yaitu 0,738. Hal ini menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai kritis reliabel, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel fitur layanan *fintech payment* dikatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan.

4) Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Tabel 4.13**Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif**

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,718	0,7	Reliabel

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk variabel perilaku konsumtif yaitu 0,718. Hal ini menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai kritis reliabel, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel perilaku konsumtif dikatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Salah satu persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier berganda adalah uji asumsi klasik. Pada penelitian ini uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas.

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan melakukan uji statistik *One Sample Kolmogrof-Smirnov* dengan nilai taraf signifikan disini sebesar 0,05. Sehingga apabila nilai $p > 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas untuk penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas *Kolmograv-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94839736
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.041
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji *kolmogrov smirnov* menunjukkan nilai 0,200. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data dalam penelitian ini dapat dikatakan model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas, maka dapat dilihat pada nilai VIF (Variance Inflation Factor) serta juga nilai tolerance. Apabila model regresi terbebas dari gejala multikolonieritas atau dari korelasi maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Untuk melihat tidak adanya gejala multikolonieritas maka ditetapkan apabila nilai $VIF < 10,00$ dan nilai $Tolerance > 0,10$. Hasil uji multikolonieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kemudahan	1.540	0,649	Tidak terjadi multikolonieritas
Manfaat	1.816	0,551	Tidak terjadi multikolonieritas
Fitur Layanan	2.000	0,500	Tidak terjadi multikolonieritas

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.15 diatas maka dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel kemudahan, manfaat dan fitur layanan *fintech payment* masing-masing memiliki nilai 1,540; 1,816; 2,000 dimana dari tiga variabel tersebut memiliki nilai kurang dari 10. Sedangkan untuk nilai tolerance pada variabel kemudahan, manfaat, fitur layanan

fintech payment, sebesar 0,649; 0,551; 0,500 dimana dari tiga variabel tersebut mempunyai nilai lebih besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melakukan uji statistik *spearman's rho*. Apabila model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Jika nilai Sig. (2- tailed) $\geq 0,05$ maka artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Sedangkan jika nilai Sig (2-tailed) $\leq 0,05$ maka artinya terdapat masalah heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig. (2-tailed)	Nilai Signifikasi	Keputusan
Kemudahan	0,747	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Manfaat	0,649	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Fitur Layanan	0,611	0,05	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas maka dapat dilihat bahwa nilai sig. (2tailed) pada variabel kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, fitur layanan *fintech payment* masing-masing memiliki nilai 0,747; 0,649; dan 0,611. Maka dari ketiga variabel tersebut mempunya nilai lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dapat dilakukan dengan cara melakukan perbandingan antara nilai F hitung deng F tabel serta dengan tingkat signifikan sebesar $\leq 0,05$. F tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 2,70. Hasil uji simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel Independen	Nilai F Hitung	Nilai Signifikasi	Keputusan
Kemudahan Manfaat Fitur Layanan	11,114	0,000	Berpengaruh

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Dimana nilai F hitung sebesar 11,114 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,70.

Nilai p-value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

2. Uji Determinasi

Uji determinasi adalah uji yang dilakukan untuk melihat sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil uji determinasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18

Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.235	1.979

a. Predictors: (Constant), FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, MANFAAT

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,235 yang berarti variabel kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, fitur layanan *fintech payment* mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel perilaku konsumtif sebesar 23,5% sedangkan 76,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.096	3.065		4.925	.000
	KEMUDAHAN	-.125	.175	-.078	-.710	.479
	MANFAAT	.407	.158	.304	2.570	.012
	FITUR LAYANAN	.484	.201	.300	2.414	.018

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF
(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.19 diatas menunjukkan bahwa persamaan regresi dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 15.096 + 0,125 X_1 + 0,407 X_2 + 0,484 X_3$$

Dimana:

1. Nilai Konstant sebesar 15.096 memiliki arti apabila variabel independen yaitu kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, fitur layanan *fintech payment*, dianggap konstan atau sama dengan nol maka perilaku konsumtif sebesar 15,096
2. Nilai koefisien regresi kemudahan *fintech payment* sebesar - 0,125 menyatakan setiap penambahan 1 satuan nilai kemudahan *fintech payment* maka perilaku konsumtif akan

menurun sebesar 0,125. Koefisien bernilai negatif mempunyai arti terjadi hubungan negatif antara faktor kemudahan *fintech payment* dengan perilaku konsumtif.

3. Nilai koefisien regresi manfaat *fintech payment* sebesar 0,407 menyatakan setiap penambahan 1 satuan nilai manfaat *fintech payment* akan menambah nilai perilaku konsumtif sebesar 0,407
4. Nilai koefisien regresi fitur layanan *fintech payment* sebesar 0,484 menyatakan setiap penambahan 1 satuan nilai fitur layanan *fintech payment* akan menambah nilai perilaku konsumtif sebesar 0,484

4.2.5 Uji T Parsial

Uji t digunakan dalam pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk uji t maka perlu dilakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel, pada tingkat signifikan sebesar 5% atau sama dengan 0,05. t tabel dalam penelitian ini adalah sebesar 1,984. Hasil uji t dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji T Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15.096	3.065		4.925	.000
KEMUDAHAN	-.125	.175	-.078	-.710	.479
MANFAAT	.407	.158	.304	2.570	.012
FITUR LAYANAN	.484	.201	.300	2.414	.018

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

(Sumber: Data Primer diolah, 2023)

Dari tabel 4.20 diatas maka dapat dijelaskan bahwa :

1. Hipotesis 1

Hasil dari uji t dapat menunjukkan bahwa variabel kemudahan *fintech payment* (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar - 0,710 dan t tabel sebesar 1,984. Sehingga dapat dikatakan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, dengan ini maka H1 ditolak. Selanjutnya pada variabel kemudahan *fintech payment* (X1) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,479 sehingga $\text{Sig.} > 0,05$ maka H1 ditolak. Sehingga secara parsial variabel kemudahan *fintech payment* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y).

2. Hipotesis 2

Hasil dari uji t dapat menunjukkan bahwa variabel manfaat *fintech payment* (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,570 dan t tabel sebesar 1,984. Sehingga dapat dikatakan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dengan ini maka H2 diterima. Selanjutnya pada variabel manfaat *fintech payment* (X2) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,012 sehingga $\text{Sig.} < 0,05$ maka H1 diterima. Sehingga secara parsial variabel manfaat *fintech payment* (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y)

3. Hipotesis 3

Hasil dari uji t dapat menunjukkan bahwa variabel fitur layanan *fintech payment* (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,414 dan t tabel sebesar 1,984. Selanjutnya pada variabel fitur layanan *fintech payment* (X3) mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,018 sehingga $\text{Sig.} < 0,05$ maka H1 diterima. Sehingga secara parsial variabel fitur

layanan *fintech payment* (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y)

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil pengolahan data dan analisis menggunakan regresi linier berganda maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan *Fintech Payment* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surakarta

Hasil pengolahan data diketahui bahwa Kemudahan *Fintech Payment* (X1) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (Parsial) yaitu variabel kemudahan *fintech payment* (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 0,710 dan t tabel sebesar 1,984. Sehingga dapat dikatakan t hitung < t tabel, dengan ini maka H1 ditolak. Maka dari itu variabel kemudahan *fintech payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

Tidak terdapat hubungan antar kemudahan dengan perilaku konsumtif. Hal ini tidak sesuai dengan teori TPB yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang yang dapat terjadi akibat dari informasi atau keyakinan yang dimiliki orang tersebut. Karena kemudahan pada dasarnya ketika seseorang meyakini bahwa ketika menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Berdasarkan hasil analisis data variabel kemudahan *fintech payment* tidak dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. Kemudahan *fintech payment* antara lain yaitu mudah dimengerti, mudah digunakan, dan mudah untuk dioperasikan tidak dapat mendorong mahasiswa dalam berperilaku konsumtif.

Hal ini menjelaskan bahwa kemudahan *fintech payment* tidak dapat mendorong mahasiswa dalam berperilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. *Fintech* telah memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk melakukan berbagai transaksi. Namun kemudahan yang disediakan oleh *fintech*, tidak mempengaruhi mahasiswa dalam membelanjakan uang yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden, banyak mahasiswa Surakarta yang mengeluhkan bahwa dalam menggunakan layanan *fintech payment* sering terjadi error, contohnya seperti sering terjadinya kegagalan dalam top up e-money. Seringnya terjadi kegagalan dalam top up e-money ini membuat mahasiswa tidak menggunakan e-money untuk melakukan pembayaran dari berbagai pembelian kebutuhan yang mereka perlukan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gendro Wiyono, 2020) bahwa kemudahan layanan *fintech payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Pengaruh Manfaat *Fintech Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surakarta*

Hasil pengolahan data diketahui bahwa Manfaat *Fintech Payment* (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t (Parsial) yaitu variabel kemudahan *fintech payment* (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,570 dan t tabel sebesar 1,984. Sehingga dapat dikatakan t hitung > t tabel, dengan ini maka H2 diterima. Maka dari itu variabel kemudahan *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

Terdapat hubungan antar manfaat dengan perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan teori TPB yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang yang dapat terjadi akibat dari informasi atau keyakinan yang dimiliki orang tersebut. Karena ketika seseorang percaya teknologi bermanfaat maka akan terus menggunakan teknologi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis data variabel manfaat *fintech payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. Manfaat *fintech payment* antara lain yaitu menjadikan transaksi lebih mudah, menambah produktifitas dan efektifitas, serta meningkatkan kinerja dapat mendorong mahasiswa dalam berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden, banyak mahasiswa yang menyatakan bahwa mereka memanfaatkan *fintech payment* untuk memenuhi segala kebutuhannya, dari kebutuhan sehari-hari seperti memesan makanan, pembelian pulsa, maupun pembelian listik. Juga mahasiswa mengatakan bahwa dengan adanya *fintech payment* membuat mereka melakukan konsumsi yang berlebihan seperti sering melakukan aktivitas belanja barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Sehingga ini membuat mahasiswa lebih konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mujahidin, 2020) bahwa manfaat layanan *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Pengaruh Fitur Fintech Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Surakarta

Hasil pengolahan data diketahui bahwa Fitur layanan *Fintech Payment* (X3) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y). Hal ini dibuktikan

dengan hasil uji t (Parsial) yaitu variabel fitur layanan *fintech payment* (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,414 dan t tabel sebesar 1,984. Sehingga dapat dikatakan t hitung > t tabel, dengan ini maka H2 diterima. Maka dari itu variabel kemudahan *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta.

Terdapat hubungan antara fitur layanan dengan perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan teori TPB yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang yang dapat terjadi akibat dari informasi atau keyakinan yang dimiliki orang tersebut. Karena fitur layanan menjadi faktor penting untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen, semakin baik dan beragam fitur yang digunakan maka semakin meningkat juga keinginan dalam menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan hasil analisis data variabel fitur layanan *fintech payment* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta. Fitur layanan *fintech payment* antara lain yaitu kemudahan akses mengenai produk ataupun jasa, keberagaman layanan transaksi, serta inovasi produk dapat mendorong mahasiswa dalam berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap responden, mahasiswa menyatakan adanya *fintech payment* yang menyediakan berbagai fitur layanan dapat memenuhi segala kebutuhan yang diperlukan mahasiswa, fitur layanan yang disediakan *fintech payment* seperti beragamnya layanan transaksi dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan berbagai transaksi pembayaran maupun belanja sehari-hari. Mahasiswa menyatakan adanya keberagaman fitur layanan *fintech payment* dapat meningkatkan aktivitas belanja yang berlebihan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rukani & Marlana, 2021) bahwa manfaat layanan *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, *fintech payment* memiliki Manfaat dan Fitur Layanan yang di gemari pengguna sehingga menyebabkan para pengguna khususnya mahasiswa melakukan sifat konsumtif dalam bertransaksi. Semakin banyaknya iklan makanan, pakaian, perawatan wajah, wisata, *event* konser dan lain sebagainya di social media membuat mereka memiliki keinginan untuk mendapatkan keinginannya maka seseorang melakukan pembayaran melalui *fintech payment*.

Fintech payment memiliki manfaat serta fitur layanan yang sangat berpengaruh pada sifat konsumtif mahasiswa dalam penelitian ini, karena manfaat *fintech payment* membuat pembayaran lebih efisien dan produktif dan banyak fitur layanan yang terus meningkat sehingga dapat melakukan berbagai macam pembayaran melalui satu aplikasi *fintech payment*.

Sedangkan faktor kemudahan dalam *fintech payment* dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan, karena banyak pengguna yang mengeluh karena sistem sering gangguan atau *bugs*, *fintech payment* telah memberikan kemudahan dalam bertransaksi namun kemudahan yang disediakan oleh *fintech payment*, tidak membuat mahasiswa berlebihan dalam membelanjakan uang yang dimilikinya. Mereka cenderung menyukai manfaat dan fitur layanan *fintech payment* di banding kemudahannya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, fitur layanan *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Kemudahan *fintech payment* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y).
- 2) Manfaat *fintech payment* (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y).
- 3) Fitur layanan *fintech payment* (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif mahasiswa Surakarta (Y).

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan dan menjadi perhatian untuk penelitian selanjutnya dalam lebih menyempurnakan penelitian ini karena penelitian ini tentu memiliki beberapa kekurangan atau keterbatasan yang perlu diperbaiki. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Dari segi jumlah responden yang diteliti hanya 100 orang, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menambah jumlah responden.
- 2) Dari segi variabel penelitian, penelitian ini hanya menggunakan variabel kemudahan *fintech payment*, manfaat *fintech payment*, fitur layanan *fintech payment* sebagai variabel bebas. Diharapkan peneliti selanjutnya menambah variabel lain karena terdapat faktor-faktor lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

5.3 Saran

Terdapat beberapa keterbatasan penelitian yang sudah disebutkan pada pon sebelumnya, maka terdapat beberapa saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagi penyelenggara *fintech payment* di harapkan untuk memperbaiki sistem layanan secara berkala pada aplikasi mereka agar terbebas dari gangguan atau *bugs* yang menghambat pengguna untuk melakukan transaksi.
- 2) Bagi penyelenggara *fintech payment* di harapkan memberi informasi dampak negatif penggunaan aplikasi *fintech payment* secara detail agar pengguna tidak berlebihan dalam bertransaksi
- 3) Bagi mahasiswa diharapkan untuk lebih bijak dalam menerima perkembangan teknologi keuangan, agar dapat mengatur keuangannya dengan baik dan benar.

- 4) Bagi mahasiswa diharapkan sebelum menggunakan *fintech payment*, agar memperbanyak pemahaman tentang dampak negatif *fintech payment* dan tidak membeli barang-barang yang tidak diperlukan.
- 5) Untuk penelitian selanjutnya pada pengambilan sampel disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak lagi, ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik lagi.
- 6) Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel-variabel lain yang belum terdapat dalam penelitian ini sehingga hasil yang ada dapat memperkuat hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, H. (2017). Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Manajemen Kinerja*, 3(1), 24–29. <https://jurnal.narotama.ac.id/index.php/kinerja/article/view/451>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179–211.
- Auskarni. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1–7.
- Azka Fikri. (2021). Pengaruh Penggunaan ShopeePAY Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Usu. *Komunika*, 17(2), 1–11.
- Chinn, W, & Todd. (1995). On The Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modelling in MIS Research: A Note of Caution. *Journal of Management Information System Quarterly*, 9.
- Falah, M. N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Kembali ShopeePAY Di Kota Malang Saat Pandemi Covid- 19. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 1–18. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7272>
- Fred Davis. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. MIC Quarterly*.

- GHOZALI, I. (2016). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIETE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 23 (VIII)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Hanafi, A., & Kamela, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital (Gopay) Di Kota Padang. *Jfek*, 21(2), 2–4.
<https://ejurnal.bunghatta.ac.id/index.php/JFEK/article/view/21336>
- Hutami, L. T. H. (2019). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millennial Pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 7(2), 136–145.
<https://doi.org/10.26486/jpsb.v7i2.607>
- Imam Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Katon, F., & Yuniati, U. (2020). Fenomena Cashless Society Dalam Pandemi Covid-19 (Kajian Interaksi Simbolik Pada Generasi Milenial). *Jurnal Signal*, 8(2), 134.
<https://doi.org/10.33603/signal.v8i2.3490>
- Kristina Nyoman Tri Rahayu. (2021). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Literasi Ekonomi Dalam Penggunaan E-Wallet (OVO) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*.
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris*:

- Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143.
<https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nasution, F. N. (2004). Penggunaan Teknologi Informasi Berdasarkan Aspek Perilaku (Behavioral Aspect). *USU Digital Library*, 1–10.
<http://library.usu.ac.id/download/fe/akuntansi-fahmi2.pdf>
- Parsaulian. (2021). Regulasi Teknologi Financial (Fintech) di Indonesia. *Fundamental Jurnal Ilmiah Hukum*, 10, 167–178.
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Riduwan dan Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Alfabeta.
- Rukani, S., & Marlina, N. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Terhadap Kepuasan Menggunakan Aplikasi Edulearning sebagai Media Pembelajaran Online di SMK Ketintang Surabaya. *Jurnal PTK Dan Pendidikan*, 7(2). <https://doi.org/10.18592/ptk.v7i2.4763>
- Salim, & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan* (pp. 141–142).
- Sri Mulyati Tri Subari. (2003). *Kebijakan Sistem Pembayaran di Indonesia*. Ascarya.

- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropang Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
<https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556>
- Suryanto, Herwan Abdul Muhyi, P. S. K. (2022). Use Of Digital Payment Mikro, Small And Medium Business. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 10(1), 1–52.
<https://doi.org/10.21608/pshj.2022.250026>
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
- Vankatesh, F. D. (2000). A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*.
- Widyayanti, E. R. (2020). Analisis pengaruh kecenderungan pergeseran sistem pembayaran dari tunai ke non-tunai/online payment terhadap peningkatan pendapatan usaha (studi pada UMKM di Yogyakarta). *Seminar Nasional Dan Call For Paper Paradigma Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Era 4.0*, 187–200.

Lampiran 1

Jadwal Penelitian

Tahapan	Jenis Penelitian	Waktu Bulan ke-							
		10	11	12	1	2	3	4	5
Persiapan	Pengajuan Judul								
	Penyusunan Bab 1-3								
	Seminar Proposal								
Pelaksanaan	Pengumpulan Data								
	Penyusunan Bab 4-6								
	Pengolahan Data								
Penyusunan Laporan	Penyusunan hasil analisis dalam bentuk laporan								
	Daftar Sidang Munaqosah								

Lampiran 2

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KEMUDAHAN, MANFAAT DAN FITUR LAYANAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA (Studi Kasus pada Mahasiswa Surakarta)”. Dengan ini saya Widia Kurnia Astuti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk berkenan mengisi kuisisioner ini.

Dengan demikian, saya berharap dapat memberikan jawaban sejujur-jujurnya. Setiap informasi yang diberikan, akan saya jamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan anda menjadi partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya

Widia Kurnia Astuti

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Kemudahan						
1	Saya merasa <i>fintech payment</i> mudah di mengerti					
2	Saya merasa menggunakan <i>fintech payment</i> transaksi saya cepat selesai					
3	Saya merasa <i>finech payment</i> mudah digunakan					
4	Saya merasa <i>fintech payment</i> mudah dioperasikan sesuai kebutuhan					
Manfaat						
1	<i>Fintech payment</i> dapat mempermudah pekerjaan					
2	<i>Fintech payment</i> sangat bermanfaat bagi saya					
3	<i>Fintech payment</i> dapat menghemat waktu dalam bertransaksi					
4	<i>Fintech payment</i> berguna untuk melakukan berbagai transaksi					
5	<i>Fintech payment</i> dapat mengembangkan kinerja pekerjaan saya					
Fitur Layanan						
1	Terasa sangat mudah saat mengakses layanan <i>Fintech payment</i>					
2	Saya puas terhadap keberagaman fitur layanan yang tersedia di <i>Fintech paymen</i>					
3	Saya merasa <i>Fintech payment</i> memiliki banyak fitur					
4	<i>Fintech payment</i> terus-menerus menambah fitur layanan					
Perilaku Konsumtif						
1	Saya mengkonsumsi produk karena iming-iming hadiah/bonus					
2	Saya mengkonsumsi produk karena kemasan yang menarik					
3	Saya membeli produk karena menjaga penampilan					
4	Saya membeli produk karena harga diskon					
5	Saya membeli produk karena menjaga status/image					
6	Saya membeli produk karena mengidolakan model yang mempromosikan					

7	Saya pernah membeli dua produk dengan merk yang berbeda untuk mengetahui kualitasnya					
---	--	--	--	--	--	--

Lampiran 3

Tabulasi Data Kuesioner

1. Data Variabel Kemudahan

RESPONDEN	X.1.1	X.1.2	X.1.3	X.1.4
1	5	4	4	5
2	5	4	4	4
3	5	5	5	5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
6	4	5	4	5
7	4	4	4	4
8	4	5	4	5
9	4	5	4	4
10	5	5	4	4
11	4	4	4	4
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	4	5	4	4
15	4	5	4	5
16	4	4	4	5
17	4	5	4	5
18	4	4	5	4
19	5	5	4	5
20	4	5	4	5
21	4	4	4	5
22	4	5	5	4
23	5	5	5	4
24	4	4	4	4
25	4	5	4	4
26	5	5	5	5
27	5	4	5	5
28	4	4	4	5
29	5	5	5	5
30	4	5	4	4
31	4	4	4	4

32	4	5	5	5
33	4	5	4	4
34	5	4	5	4
35	5	5	5	5
36	4	5	4	5
37	4	5	4	5
38	4	5	5	4
39	5	5	5	5
40	5	5	5	4
41	4	4	4	4
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	4	4	4	4
45	5	5	5	5
46	5	5	4	5
47	5	5	5	5
48	5	4	5	5
49	5	5	5	5
50	4	4	4	4
51	5	5	5	5
52	5	5	5	5
53	5	5	5	5
54	5	5	5	5
55	5	5	5	5
56	5	5	5	5
57	4	4	4	4
58	4	5	5	5
59	4	4	4	4
60	5	5	5	5
61	5	4	4	4
62	4	5	4	5
63	4	5	4	4
64	5	5	5	5
65	4	5	4	5
66	4	5	4	5
67	4	4	4	5
68	4	5	5	4
69	4	5	4	4

70	4	4	4	4
71	4	5	4	5
72	4	5	4	5
73	4	4	4	4
74	4	4	5	5
75	5	5	4	4
76	4	5	4	4
77	4	4	5	5
78	4	4	4	4
79	4	5	5	5
80	5	4	5	5
81	4	4	5	4
82	5	5	4	5
83	5	5	5	5
84	5	5	5	4
85	4	5	5	5
86	5	5	5	5
87	4	4	4	4
88	5	4	4	5
89	4	5	5	5
90	4	5	5	5
91	4	4	4	4
92	5	5	5	5
93	5	4	5	5
94	4	5	5	4
95	4	4	5	5
96	5	5	5	5
97	4	4	4	4
98	4	4	5	5
99	4	4	5	5
100	4	4	4	4

2. Data Variabel Manfaat

RESPONDEN	X.2.1	X.2.2	X.2.3	X.2.4	X.2.5
1	4	5	4	4	5
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	5

5	4	4	4	4	4
6	4	5	4	5	4
7	4	4	4	4	4
8	4	5	4	4	5
9	4	4	5	4	4
10	4	5	5	4	4
11	4	4	4	5	4
12	5	5	5	5	5
13	4	5	5	4	5
14	4	5	5	4	5
15	5	5	4	4	5
16	5	4	4	5	5
17	4	5	5	5	4
18	4	5	4	5	4
19	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4
22	4	4	4	5	4
23	5	5	5	5	4
24	4	4	4	4	4
25	4	4	5	4	4
26	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	4
28	4	4	4	5	5
29	5	5	5	5	5
30	4	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4
34	4	5	5	5	5
35	5	5	4	5	4
36	4	5	5	4	5
37	4	5	4	5	4
38	4	5	4	5	5
39	4	4	5	5	5
40	5	4	4	4	5
41	5	5	5	4	4
42	5	4	5	4	5

43	5	5	5	5	4
44	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5
46	5	4	5	4	5
47	5	5	5	5	5
48	5	5	5	4	5
49	5	5	5	5	5
50	4	5	5	4	5
51	4	5	4	4	4
52	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4
55	5	4	5	5	5
56	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4
58	4	5	4	5	5
59	5	5	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	5	5	5	5	4
62	4	5	4	5	5
63	4	4	4	4	5
64	5	5	5	5	5
65	5	4	4	5	5
66	4	5	4	5	4
67	4	4	5	4	5
68	4	4	5	4	5
69	5	5	5	5	5
70	4	5	5	4	4
71	4	5	4	4	4
72	4	5	5	4	4
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	5	5	4	5	4
76	5	5	5	5	5
77	4	4	4	5	4
78	4	4	4	4	4
79	5	5	5	4	5
80	4	4	4	4	4

81	4	4	4	4	4
82	4	5	5	4	5
83	4	5	4	4	4
84	5	4	5	4	4
85	5	4	5	5	5
86	4	5	5	4	5
87	4	5	4	4	4
88	4	4	5	5	4
89	5	5	5	4	5
90	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4
92	4	5	5	5	4
93	5	4	5	5	5
94	4	4	4	5	5
95	4	4	4	4	5
96	5	4	5	5	5
97	5	5	4	4	4
98	5	5	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	4	5	4	4	5

3. Data Variabel Fitur Layanan

RESPONDEN	X.3.1	X.3.2	X.3.3	X.3.4
1	4	5	4	4
2	4	4	4	4
3	5	4	5	4
4	4	4	5	4
5	5	4	5	5
6	5	5	4	4
7	4	4	4	4
8	5	4	4	5
9	4	4	4	4
10	5	4	5	4
11	4	4	4	4
12	5	5	4	4
13	5	4	4	5
14	4	4	5	5
15	5	4	4	5

16	4	5	5	4
17	5	5	4	4
18	5	4	4	5
19	4	4	5	4
20	5	4	4	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	4
23	5	5	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	5	5	5	5
27	5	4	4	5
28	4	4	4	5
29	5	5	5	5
30	4	4	4	4
31	4	4	4	4
32	5	5	5	5
33	5	5	5	4
34	4	5	5	4
35	5	5	5	5
36	4	4	5	5
37	4	5	4	5
38	4	5	4	5
39	4	5	5	5
40	5	4	5	5
41	5	5	4	5
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	4	4	4	4
45	5	5	5	5
46	5	4	4	5
47	5	5	5	5
48	5	5	5	4
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	5	5	4	4
52	5	4	5	5
53	5	4	5	5

54	5	5	4	5
55	4	5	5	5
56	5	5	5	5
57	4	4	4	4
58	5	5	5	5
59	4	4	4	5
60	4	4	4	4
61	5	4	5	4
62	4	5	4	5
63	4	4	4	4
64	5	5	5	5
65	4	4	5	4
66	5	4	4	5
67	4	5	4	5
68	4	5	4	4
69	4	5	5	5
70	4	4	4	4
71	4	5	4	5
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	5	5	4	5
76	4	5	4	4
77	4	5	4	5
78	4	4	4	4
79	5	4	4	4
80	4	4	4	4
81	4	4	5	4
82	5	5	4	4
83	5	5	5	5
84	5	5	4	4
85	4	5	5	5
86	4	4	4	4
87	4	4	5	4
88	4	5	5	4
89	5	5	5	5
90	5	5	5	5
91	4	4	4	4

92	4	4	4	4
93	5	5	5	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	5	5	5	4
97	4	4	5	5
98	4	4	4	5
99	4	4	4	4
100	4	4	5	5

4. Data Variabel Perilaku Konsumtif

RESPONDEN	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7
1	4	5	4	4	5	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	5	2	5
5	4	5	4	5	5	5	4
6	5	4	5	5	4	5	5
7	4	4	4	4	4	2	4
8	4	4	5	4	4	5	4
9	5	4	4	4	2	4	4
10	5	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	4	4	4
12	4	5	4	5	5	4	4
13	4	4	4	5	4	2	4
14	4	5	4	5	5	5	5
15	4	4	4	5	5	5	4
16	4	4	5	5	5	4	4
17	5	5	4	4	5	5	5
18	5	4	5	5	4	4	4
19	4	4	4	5	4	4	4
20	4	4	4	5	4	5	5
21	4	4	4	5	4	2	4
22	4	4	4	5	5	2	5
23	4	5	5	5	5	5	5
24	4	4	5	5	5	4	4
25	4	4	5	5	5	5	4
26	4	5	5	4	4	4	4

27	4	5	4	5	4	4	5
28	4	4	4	5	5	5	4
29	5	5	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5
33	4	4	5	5	5	5	4
34	5	5	5	5	5	5	5
35	4	5	5	5	5	5	4
36	4	4	4	5	5	4	4
37	4	5	5	4	5	4	4
38	4	4	5	5	5	5	5
39	4	5	5	5	5	4	5
40	5	5	5	5	5	4	5
41	4	5	5	5	4	4	4
42	4	5	4	5	5	5	5
43	5	4	4	5	4	4	4
44	4	4	4	5	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	5
46	4	5	4	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	4	5	5
49	5	5	5	5	5	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5
51	5	4	4	5	4	4	4
52	5	5	5	5	4	5	5
53	5	4	4	5	4	5	4
54	5	4	4	5	4	4	2
55	5	5	4	5	5	4	5
56	5	5	4	5	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4
59	5	4	4	5	5	5	4
60	4	4	4	5	4	4	4
61	5	4	5	5	5	4	5
62	4	5	5	4	4	5	5
63	4	5	5	4	4	2	4
64	5	5	5	5	5	5	5

65	4	4	5	5	4	5	4
66	4	5	5	4	4	4	5
67	4	4	5	4	4	4	4
68	4	5	4	5	4	4	5
69	4	5	5	4	4	4	5
70	5	5	4	5	4	4	4
71	4	4	4	5	4	5	4
72	5	4	4	5	5	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4
74	5	5	4	4	4	4	4
75	4	4	5	5	5	5	5
76	5	4	5	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4
78	5	5	4	4	4	4	4
79	4	4	4	5	4	4	4
80	5	4	5	4	4	4	4
81	4	5	4	5	4	4	4
82	5	4	5	5	4	5	5
83	5	4	4	5	4	4	4
84	4	5	5	5	5	5	5
85	5	4	4	5	4	4	4
86	4	5	5	5	5	4	4
87	5	5	5	5	5	4	4
88	4	5	4	5	4	4	4
89	4	5	4	5	4	5	4
90	4	5	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	2	4
92	4	4	4	5	4	4	4
93	4	5	5	5	4	5	2
94	4	5	4	4	4	4	4
95	4	5	5	5	5	4	4
96	5	4	4	5	5	4	5
97	4	4	5	5	5	5	5
98	4	4	5	5	4	4	4
99	4	4	5	5	4	4	4
100	4	4	4	5	4	4	4

Lampiran 4

Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KEMUDAHAN	100	16	20	18.17	1.407
MANFAAT	100	20	25	22.40	1.694
FITUR LAYANAN	100	16	20	17.85	1.403
PERILAKU KONSUMTIF	100	26	35	30.58	2.262
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 5

UJI VALIDITAS

1. Kemudahan

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	KEMUDAHAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.258**	.469**	.348**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.258**	1	.265**	.340**	.641**
	Sig. (2-tailed)	.009		.008	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.469**	.265**	1	.365**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.348**	.340**	.365**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KEMUDAHAN	Pearson Correlation	.736**	.641**	.733**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Manfaat

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	MANFAAT
X2.1	Pearson Correlation	1	.272**	.427**	.390**	.346**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.272**	1	.314**	.258**	.182	.590**
	Sig. (2-tailed)	.006		.001	.010	.070	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.427**	.314**	1	.269**	.366**	.713**
	Sig. (2-tailed)						
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.390**	.258**	.269**	1	.261**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.007		.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.346**	.182	.366**	.261**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.000	.070	.000	.009		.000
	N	100	100	100	100	100	100
MANFAAT	Pearson Correlation	.731**	.590**	.713**	.656**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Fitur Layanan

		Correlations				FITUR LAYANAN
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
X3.1	Pearson Correlation	1	.356**	.293**	.337**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.356**	1	.293**	.297**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.293**	.293**	1	.315**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.337**	.297**	.315**	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
FITUR LAYANAN	Pearson Correlation	.703**	.674**	.687**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Perilaku Konsumtif

		Correlations							PERILAKU KONSUMTIF
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
Y.1	Pearson Correlation	1	.110	.053	.068	-.025	.161	.137	.407**
	Sig. (2-tailed)		.277	.603	.498	.805	.109	.174	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.110	1	.251*	-.005	.289**	.232*	.309**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.277		.012	.957	.003	.020	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.053	.251*	1	.097	.274**	.329**	.228*	.374**
	Sig. (2-tailed)	.603	.012		.335	.006	.001	.022	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.068	-.005	.097	1	.393**	.268**	.141	.367**
	Sig. (2-tailed)	.498	.957	.335		.000	.007	.161	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	-.025	.289**	.274**	.393**	1	.262**	.426**	.492**
	Sig. (2-tailed)	.805	.003	.006	.000		.009	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.161	.232*	.329**	.268**	.262**	1	.215*	.613**
	Sig. (2-tailed)	.109	.020	.001	.007	.009		.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.137	.309**	.228*	.141	.426**	.215*	1	.623**
	Sig. (2-tailed)	.174	.002	.022	.161	.000	.032		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
PERILAKU KONSUMTIF	Pearson Correlation	.407**	.506**	.374**	.367**	.492**	.613**	.623**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6

Uji Reliabel

1. X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	4

2. X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	5

3. X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	4

4. Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	7

Lampiran 7

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.94839736
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.041
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 8

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.096	3.065		4.925	.000		
KEMUDAHAN	-.125	.175	-.078	-.710	.479	.649	1.540
MANFAAT	.407	.158	.304	2.570	.012	.551	1.816
FITUR LAYANAN	.484	.201	.300	2.414	.018	.500	2.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Lampiran 9

Uji Heteroskedastisitas

		Correlations			
		KEMUDAHAN	MANFAAT	FITUR LAYANAN	Unstandardized Residual
Spearman's rho	KEMUDAHAN	1.000	.497**	.568**	.033
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.747
	N	100	100	100	100
MANFAAT	KEMUDAHAN	.497**	1.000	.651**	.046
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.649
	N	100	100	100	100
FITUR LAYANAN	KEMUDAHAN	.568**	.651**	1.000	.052
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.611
	N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	KEMUDAHAN	.033	.046	.052	1.000
	Correlation Coefficient				
	Sig. (2-tailed)	.747	.649	.611	.
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 10

Uji Ketetapan Model

1. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.235	1.979

a. Predictors: (Constant), FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, MANFAAT

2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	130.531	3	43.510	11.114	.000 ^b
	Residual	375.829	96	3.915		
	Total	506.360	99			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), FITUR LAYANAN, KEMUDAHAN, MANFAAT

Lampiran 11

Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.096	3.065		4.925	.000
	KEMUDAHAN	-.125	.175	-.078	-.710	.479
	MANFAAT	.407	.158	.304	2.570	.012
	FITUR LAYANAN	.484	.201	.300	2.414	.018

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Lampiran 12

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	15.096	3.065		4.925	.000
	KEMUDAHAN	-.125	.175	-.078	-.710	.479
	MANFAAT	.407	.158	.304	2.570	.012
	FITUR LAYANAN	.484	.201	.300	2.414	.018

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Lampiran 13

Daftar Riwayat Hidup

A. Data Pribadi

Nama : Widia Kurnia Astuti
Tempat Tanggal Lahir : Sukoharjo, 22 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Nomor HP : 08982198100
Email : widiakurnia625@gmail.com
Nama Ayah : Sumadi
Nama Ibu : Mirati

B. Pendidikan

2006 – 2007 : TK/BA Aisyiyah Sukoharjo
2007 – 2013 : MI Muhammadiyah Gayam
2013 – 2016 : MTSN 1 Sukoharjo
2016 – 2019 : SMA N 1 Nguter Sukoharjo
2019 – 2023 : Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 14

Hasil Uji Plagiasi

CEK TURNITIN

ORIGINALITY REPORT

24% SIMILARITY INDEX	19% INTERNET SOURCES	13% PUBLICATIONS	12% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repopfeb.undip.ac.id Internet Source	6%
2	dspace.uii.ac.id Internet Source	2%
3	lib.unnes.ac.id Internet Source	2%
4	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	2%
5	Ali Mujahidin. "Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial", Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis, 2020 Publication	1%
6	Submitted to Catholic University of Parahyangan Student Paper	1%
7	Teti Anggita Safitri. "KONTRIBUSI FINTECH PAYMENT TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN DI MASA PANDEMI COVID-19", Jurnal Manajemen Dayasaing, 2022 Publication	1%

77/82

8	repository.iainpare.ac.id Internet Source	1%
9	Yacobo P Sijabat, Heni Hirawati, Axel Giovanni. "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP NIAT PENGGUNAAN TEKNOLOGI KEUANGAN SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2020 Publication	1%
10	Submitted to Universitas Komputer Indonesia Student Paper	1%
11	ejurnal.bunghatta.ac.id Internet Source	1%
11	ejurnal.bunghatta.ac.id Internet Source	1%

Lampiran 15

Dokumentasi Pengambilan Data

