

**PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE E-*
COMMERCE SHOPEE DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI
MEDIASI
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTN MALANG)**

SKRIPSI



Oleh :

AURA AYU PERMADANI

NIM 21050110130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

**PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE E-COMMERCE* SHOPEE DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI
MEDIASI
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTN MALANG)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh :

AURA AYU PERMADANI

NIM 21050110130

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh *Fintech* dan *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja
Online E-commerce Shopee dengan *Self Control* sebagai Mediasi (Studi Kasus
pada Mahasiswa PTN Malang)

SKRIPSI

Oleh

Aura Ayu Permadani

NIM : 210501110130

Telah Disetujui Pada Tanggal 6 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



Farahiyah Sartika, M.M

NIP. 199201212018012002

LEMBAR PENGESAHAN
**PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE E-COMMERCE SHOPEE
DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI MEDIASI (STUDI PADA
MAHASISWA PTN MALANG)**

SKRIPSI

Oleh
AURA AYU PERMADANI
NIM : 210501110130

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 20 Maret 2025

Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Mega Noerman Ningtyas, M.Sc
NIP.199109272019032023
- 2 Anggota Penguji
Nora Ria Retnasih, M.E
NIP. 199205222020122003
- 3 Sekretaris Penguji
Farahiyah Sartika, M.M
NIP. 199201212018012002

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Muhammad Sulhan, SE, MM
NIP. 197406042006041002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aura Ayu Permadani

NIM : 210501110130

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE E-COMMERCE* SHOPEE DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI MEDIASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTN MALANG)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 3 Maret 2025

Hormat Saya


NIM : 210501110130

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat, petunjuk, serta kekuatan dalam setiap langkah yang dilalui. Tanpa izin dan bantuan-Nya, penulis tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini. Semoga segala ilmu dan usaha yang telah dilakukan memberikan manfaat dan keberkahan, baik untuk diri penulis maupun orang lain.

Penelitian ini dipersembahkan untuk keluarga tercinta, khususnya Bapak Mulyono dan Ibu Suhanik, yang selalu memberikan kasih, doa, dan dukungan tanpa henti. Setiap pengorbanan dan semangat yang kalian berikan menjadi sumber kekuatan terbesar dalam perjalanan hidup penulis. Keberhasilan ini tak lepas dari peran penting Bapak dan Ibu yang selalu mendampingi dengan doa dan harapan terbaik.

Kepada seluruh dosen di Program Studi Manajemen, terutama Ibu Farahiya Sartika, M.M., yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berarti dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga ilmu yang telah diberikan menjadi amal kebaikan yang terus mengalir.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada teman-teman seangkatan, yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan ini. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, dan semangat yang selalu ada. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan di masa depan.

Dan yang terakhir, terima kasih buat diri penulis, Aura Ayu Permadani. Beribu-ribu terima kasih atas segala hal.

MOTTO

”Orang tua menunggu di rumah dengan harapan melihatmu kembali dengan pencapaian yang membanggakan. Jangan kecewakan mereka, tahan keluhmu, karena lelah yang kau rasakan tak sebanding dengan perjuangan mereka dalam membesarkanmu.”

KATA PENGANTAR

Syukur kehadiran Allah SWT, akhirnya penulis berada pada titik penyelesaian tugas akhir yang berjudul “**Pengaruh *Fintech Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online E-commerce Shopee Dengan Self Control Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ptn Malang)***”. Shalawat serta salam dihaturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang membawa kita zama kebodohan kepada zaman penuh dengnn keilmuan yaitu cahaya islam dengan penuh keberkahan.

Penulis mengakui bahwa keberhasilan penelitian ini tidak akan tercapai tanpa dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap rasa syukur, terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M. A. Rektor Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M. EI. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Muhammad Sulhan, S. E., M. M. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Farahiya Sartika, sebagai dosen pembimbing tugas akhir oepenulis
5. Tenaga pendidik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim Malang
6. Pahlawan, cinta pertama, dan pengarah penulis yaitu Bapak Mulyono dan Ibu Suhanik. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah terputus, atas pengorbanan yang tiada henti, atas kasih sayang yang selalu mengiringi, terima kasih telah mengupayakan segala hal untuk anak-anaknya, dan beribu ribu terima kasih. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan yang tak terhingga, dan semoga penulis diizinkan dapat menangkat derajat bapak ibu di dunia maupun diakhirat, aamiin. Terima kasih bapak ibu, terima kasih.

7. Kakak dan adik tercinta, yang selalu menjadi tempat berbagi suka dan duka, sumber semangat, serta penghibur disaat lelah melanda. Kehadiran kalian membuat perjalanan ini lebih ringan dan penuh warna.
8. Untuk teman dan sekaligus keluarga saya selama 4 tahun ini, Amalia Agustin Hidayanti, Okta Fajar Nuraini, Elok Maulidya, dan Sofia Firdausi. Terima kasih telah memberikan cerita yang sangat berwarna di masa perkuliahan ini. Saya bersyukur sekali memiliki teman seperti kalian, semoga ini juga bukan akhir dari pertemanan kita, semoga tetap menyambung silaturahmi dimasa yang akan datang. kalian jaga diri baik-baik, jaga kesehatan, dan jangan lupa bahagia, oke. Sukses dunia akhirat, aamiin. *See you on top* kalian, *love you*.
9. Teman-teman seangkatan 2021, yang telah menjadi rekan seperjuangan dalam melewati berbagai tantangan akademik. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta motivasi yang telah diberikan selama ini.
10. Untuk teman sekontrakan, terima kasih telah memberikan hari-hari yang berkesan dan juga membuatnya tidak kosong.
11. Yang terakhir, kepada diri saya sendiri Aura Ayu Permadani. Terima kasih sudah bertahan sampai detik ini, terima kasih atas prosesmu walaupun tidak semembangkakan seperti yang lain, tapi kamu hebat, dan sekali lagi terima kasih atas segala hal yang telah diupayakan. *You did it*.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua orang. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih.

Malang, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN | iii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | i |
| DAFTAR TABEL | iv |
| DAFTAR GAMBAR | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| خالصة | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 14 |
| BAB II KAJIAN TEORI | 15 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.2 Kajian Teoritis | 31 |
| 2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> | 31 |
| 2.2.2 <i>Technology Acceptance Model</i> | 32 |
| 2.2.3 Perilaku Konsumtif | 34 |
| 2.2.4 <i>Fintech</i> | 39 |
| 2.2.5 <i>Financial literacy</i> | 43 |
| 2.2.6 <i>Self control</i> | 47 |
| 2.3 Kerangka Konseptual | 52 |
| 2.4 Hipotesis | 53 |
| 2.5 Hubungan Antar Variabel | 53 |
| 2.5.1 Hubungan <i>Fintech</i> dengan Perilaku Konsumtif..... | 53 |

| | |
|--|-----------|
| 2.5.2 Hubungan <i>Financial literacy</i> dengan Perilaku Konsumtif | 55 |
| 2.5.3 Hubungan <i>Self control</i> dengan Perilaku Konsumtif..... | 56 |
| 2.5.4 Hubungan <i>Fintech</i> dengan <i>Self control</i> | 56 |
| 2.5.5 Hubungan <i>Financial literacy</i> dengan <i>Self control</i> | 57 |
| 2.5.6 Hubungan <i>Fintech</i> dengan Perilaku Konsumtif dimediasi <i>Self control</i> | 58 |
| 2.5.7 Hubungan <i>Financial literacy</i> dengan Perilaku Konsumtif dimediasi <i>Self control</i> | 59 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 61 |
| 3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian | 61 |
| 3.2 Lokasi Penelitian..... | 61 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 62 |
| 3.4 Teknik Pengambilan Sampel | 63 |
| 3.5 Data dan Jenis Data..... | 64 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 65 |
| 3.7 Definisi Operasional Variabel..... | 66 |
| 3.8 Analisis Data..... | 69 |
| 3.8.1 Outer Model | 70 |
| 3.8.2 Inner Model..... | 71 |
| 3.8.3 Uji Hipotesis | 72 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 74 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 74 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 74 |
| 4.1.2 Deskripsi Responden..... | 77 |
| 4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian..... | 78 |
| 4.1.4 Hasil Analisa Data Dengan Model Partial Least Square (PLS) | 81 |
| 4.2 Pembahasan..... | 90 |
| 4.2.1 Pengaruh <i>Fintech</i> Terhadap Perilaku Konsumtif..... | 90 |
| 4.2.2 Pengaruh <i>Financial literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif | 91 |
| 4.2.3 Pengaruh <i>Self control</i> Terhadap Perilaku Konsumtif..... | 93 |
| 4.2.4 Pengaruh <i>Fintech</i> Terhadap <i>Self control</i> | 95 |
| 4.2.5 Pengaruh <i>Financial literacy</i> terhadap <i>Self control</i> | 96 |
| 4.2.6 Pengaruh <i>Fintech</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui <i>Self control</i> | 97 |
| 4.2.7 Pengaruh <i>Financial literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui <i>Self control</i> | 99 |

| | |
|---------------------------------|------------|
| BAB V PENUTUP..... | 101 |
| 7.1 Kesimpulan | 101 |
| 5.2 Saran | 103 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 104 |
| LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 113 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian | 30 |
| Tabel 2. 3 Kerangka Konseptual..... | 52 |
| Tabel 3. 1 Sampel Penelitian..... | 63 |
| Tabel 3. 2 Kriteria Pemberian Skor Kuesioner | 65 |
| Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel..... | 67 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 77 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Asal Universitas | 77 |
| Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel <i>Fintech</i> | 78 |
| Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel <i>Financial Literacy</i> | 79 |
| Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel <i>Self Control</i> | 80 |
| Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif..... | 80 |
| Tabel 4. 7 Nilai Validitas Konvergen Sebelum Eliminasi Indikator | 82 |
| Tabel 4. 8 Nilai Validitas Konvergen Setelah Eliminasi Indikator..... | 83 |
| Tabel 4. 9 Nilai <i>Cross loading</i> | 84 |
| Tabel 4. 10 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 85 |
| Tabel 4. 11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> Dan <i>Composite reliability</i> | 86 |
| Tabel 4. 12 Nilai R-Square | 87 |
| Tabel 4. 13 Nilai F-Square | 87 |
| Tabel 4. 14 Nilai <i>Path Coefficients</i> | 88 |
| Tabel 4. 15 Uji Hipotesis <i>Interventing</i> | 89 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|---|
| Gambar1. 1 <i>E-commerce</i> dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia | 3 |
|---|---|

ABSTRAK

Aura Ayu Permadani. 2024, SKRIPSI. Judul:” Pengaruh *Fintech* Dan *Financial literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee Dengan *Self control* Sebagai Mediasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa PTN Malang)”

Pembimbing : Farahiya Sartika, M.M

Kata Kunci : *Teknologi Keuangan, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Pengendalian Diri.*

Penelitian ini menganalisis pengaruh *fintech* dan *financial literacy* atas perilaku konsumtif, dengan *self-control* sebagai variabel mediasi dalam belanja *online* di Shopee pada mahasiswa PTN Malang. Menggunakan metode kuantitatif explanatory, data dikumpulkan melalui kuesioner ber skala Likert. Sampel sebanyak 128 responden ditentukan dengan rumus Malhotra, dan analisis data dilakukan menggunakan *SmartPLS 4.0.*

Hasil penelitian membuktikan bahwa *fintech* berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan *financial literacy* dan *self-control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, *fintech* dan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-control*, yang kemudian memediasi pengaruh keduanya terhadap perilaku konsumtif.

ABSTRACT

Aura Ayu Permadani. 2024. THESIS. Title: “The Influence of Fintech and Financial Literacy on Consumptive Behavior in Shopee *E-commerce Online* Shopping Using Self Control as a Mediating (Case Study On PTN Malang Students)”.

Supervisor : Farahiya Sartika, M.M

Keywords : Fintech, Financial Literacy, Consumptive Behavior, Self Control.

This study analyzes the influence of fintech and financial literacy on consumer behavior, with *self-control* as a mediating variable in *online* shopping on Shopee among PTN Malang students. Using an explanatory quantitative method, data was collected through a Likert-scale questionnaire. The sample of 128 respondents was determined using Malhotra's formula, and data analysis was conducted using *SmartPLS* 4.0.

The results show that fintech has a positive but not significant effect, while financial literacy and *self-control* have a positive and significant influence on consumer behavior. Additionally, fintech and financial literacy have a positive and significant impact on *self-control*, which then mediates their influence on consumer behavior.

خالصة

أورا أبو برمداني ٢٠٢٥ رسالة التخرج، الموضوع: تأثير التكنولوجيا المالية ومحو الأمية المالية تجاه سلوك المستهلك التسوق عبر الإنترنت التجارة الإلكترونية كوسيط مع التحكم الذاتي كوسيط (دراسة الحالة (لطلاب جامعة في مدينة مالانج
المشرف: فراحية سرتيكا م.م
الكلمة المرشدة: التكنولوجيا المالية، محو الأمية المالية، سلوك المستهلك، السيطرة على النفس

يهدف هذا البحث إلى اختبار وتحليل تأثير التكنولوجيا المالية على السلوك الاستهلاكي، وتأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي، ودور السيطرة على النفس في التوسط في التكنولوجيا المالية ومحو الأمية المالية على السلوك الاستهلاكي للتسوق الإلكتروني عبر الإنترنت لطلاب جامعة في مدينة مالانج. ويطبق هذا البحث الأساليب الكمية مع نوع البحث التفسيري. وتم الحصول على البيانات الرئيسية من خلال استبيان تم قياسه باستخدام مقياس ليكرت. يتكون السكان من طلاب جامعة في مدينة مالانج الذين يستخدمون تطبيق صوبي والعدد الدقيق غير معروف، لذلك تم حساب العينة باستخدام صيغة مالهوترا وأسفرت عن ١٢٨ مستجيبًا. تم تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبيانات باستخدام برنامج سمارت بلس ٤.٠.

أظهرت نتائج البحث أن متغير التكنولوجيا المالية تأثير إيجابي وغير معنوي. وفي الوقت نفسه، فإن الثقافة المالية و السيطرة على النفس لهما تأثير إيجابي وهام على سلوك المستهلك. التكنولوجيا المالية ومحو الأمية المالية لهما تأثير إيجابي وهام على ضبط النفس. للتكنولوجيا المالية والثقافة المالية تأثير إيجابي وهام على سلوك المستهلك من خلال السيطرة على النفس.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia terus mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan zaman terutama dalam segi kebutuhan dan keinginan. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia bukan saja berfokus pada pemenuhan kebutuhan utama, namun juga mempertimbangkan keperluan lainnya, tetapi juga kebutuhan sekunder. Aktivitas konsumsi merupakan cara utama untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Namun, masalah akan timbul ketika keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan. Ketika keinginan mengendalikan keputusan konsumsi, hal tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumtif, yakni ketika individu melakukan pembelian barang atau jasa ditujukan hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi bukan karena kebutuhan yang mendesak (Izazi *et al.*, 2020; Dewi & Rusdarti, 2017)

Individu sering kali melakukan pembelian barang atau jasa penyebabnya bukan kebutuhan, melainkan karena dorongan untuk mencoba atau mengikuti tren, meskipun produk tersebut tidak diperlukan. Konsumsi yang berlebihan bisa menjadi kebiasaan yang sulit dihindari, mengubah pola konsumsi dari pemenuhan kebutuhan menjadi keinginan yang boros dan kurang rasional. Dengan perilaku konsumtif, motif konsumsi bergeser dari kebutuhan dasar ke arah pemenuhan keinginan semata, bahkan ketika barang yang dibeli melebihi kebutuhan yang sebenarnya (Aeni, 2019).

Perilaku konsumtif terlihat dikalangan mahasiswa, terutama di era digital. Kemudahan akses ke platform *E-commerce*, ditambah dengan promosi yang terus-menerus, mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara berlebihan (Sumarwan *et al.*, 2019). Selain itu media sosial dan gaya hidup hedonis juga memperkuat dorongan mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif (Sari & Wiyono, 2021).

Perilaku konsumtif pada mahasiswa timbul, yang sering kali terdorong untuk berbelanja berlebihan demi mendapatkan kepuasan sesaat. Meskipun mahasiswa diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan yang harus dipenuhi dan keinginan pribadi, yang kenyataannya mahasiswa masih kesulitan mengendalikan perilaku konsumtif mereka, terutama dengan kemudahan akses teknologi di era digital (Ray *et al.*, 2022).

Di era perkembangan modern dan kemajuan teknologi, perkembangan tersebut dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat. Hal yang sering dilakukan dan digemari adalah penggunaan media sosial. Hadirnya media sosial dalam kehidupan masyarakat bertujuan untuk mempermudah berbagai kegiatan, salah satunya transaksi secara *online*. Berdasarkan data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pemakai internet tahun 2024 sebanyak 221 juta jiwa dari jumlah populasi 278 juta jiwa penduduk Indonesia di 2023 dan masyarakat yang bertransaksi secara *online* pada tahun 2022 tercatat sebesar 69,39%.

Transaksi secara *online* sering digunakan kebanyakan masyarakat saat ini. Tercatat estimasi pembelian secara *online* masyarakat Indonesia tahun 2023

sebesar Rp 453 triliun (CNBC Indonesia, 2024). Bank Indonesia juga memperkirakan transaksi *online* tumbuh sebesar 2,8% pada tahun 2024 dan tumbuh sebesar 3,3% pada tahun 2025 (kemendag.go.id). Besarnya nilai tersebut digunakan masyarakat untuk belanja seperti: barang elektronik, mainan, fashion, kebutuhan rumah tangga, makanan, minuman, dan lain-lain. Banyaknya jumlah belanja tersebut didapat dari adanya kemudahan teknologi yaitu *E-commerce*.

E-commerce adalah tempat menjual dan membeli suatu produk serta layanan informasi melalui jaringan komputer. Beberapa *E-commerce* yang mendominasi pasar Indonesia meliputi: Shopee, Tokopedia, Lazada, Blibli, Bukalapak, dll (databoks.katadata.co.id). Dominasi *E-commerce* ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam berperilaku belanja konsumen. Perubahan tersebut menggambarkan transisi belanja, yang biasanya secara langsung menjadi tidak langsung atau *online*, yang lebih mengedepankan kenyamanan dan kemudahan akses dan hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Nasrulloh *et al.*, 2023).

Gambar1. 1
***E-commerce* dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia**
(Januari-Desember 2023)



Sumber: Databoks 2024

Kemudahan berbelanja dan meningkatnya jumlah konsumen yang beralih ke pembelian secara *online* telah meningkatkan persaingan diantara para pelaku usaha *online*. Berdasarkan Databoks (2024) menunjukkan bahwa *E-commerce* shopee menduduki peringkat teratas dengan jumlah pengunjung terbanyak pada tahun 2023 serta menjadi *top of mind brand*. Keberhasilan Shopee menjadi *E-commerce* teratas merupakan hasil dari berbagai fitur yang ditawarkan, termasuk pemanfaatan media sosial yang efektif untuk menarik konsumen membeli produk.

Shopee telah menunjukkan keberhasilan dalam mengikuti tren belanja secara tidak langsung dan memanfaatkan media sosial secara optimal. Dengan adanya peningkatan penggunaan media sosial pada masyarakat, Shopee mampu mengoptimalkan platform-platform tersebut untuk mempromosikan produk dan layanannya secara efektif. Strategi pemasaran yang diterapkan mencakup promo yang diberikan disetiap harinya, beragam metode pembayaran yang dapat dipilih, bertransaksi dengan menggunakan koin shopee, membuat video promosi serta ulasan produk, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti siaran langsung untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran yang paling efektif dalam meraih capaian konsumen dan menaikkan penjualan. Semua upaya ini bertujuan untuk mempermudah proses jual beli untuk konsumen dan memberi kekuatan atas posisi perusahaan di pasar *online* (Rodoli Pasaribu & Kresnamurti Rivai, 2024).

Semakin maraknya *E-commerce* shopee, penggunaan *Fintech* saat ini juga berkembang seiring meningkatnya zaman. Di era digital saat ini, sistem

keuangan turut mengalami perkembangan, salah satunya adalah munculnya *financial technology (Fintech)*. Shopee juga menerapkan strategi serupa dengan menyediakan berbagai layanan keuangan untuk memudahkan transaksi pengguna. Beberapa di antaranya termasuk ShopeePay, GoPay, transfer bank, virtual account, kartu kredit atau debit, serta fitur PayLater. Selain itu, Shopee menjalin kerja sama dengan gerai ritel seperti Alfamart dan Indomaret, memungkinkan pengguna untuk melakukan pembayaran dan *top-up* saldo dengan lebih fleksibel (Rodoli Pasaribu & Kresnamurti Rivai, 2024). *Fintech* merupakan perangkat lunak yang menawarkan layanan keuangan. Sistem pembayaran dalam melakukan transaksi juga memberikan kemudahan dengan penggunaan *fintech* (Ray et.al., 2022).

Fintech dapat diakses dengan mudah tanpa terbatas ruang dan waktu (Noviyanti & Erawati, 2021). Kemudahan, kepercayaan, dan efektivitas yang dirasakan oleh pengguna dipengaruhi oleh penggunaan *fintech*. Persepsi kemudahan dalam bertransaksi mencerminkan bagaimana kemudahan tersebut dipresepsikan. Persepsi kepercayaan adalah faktor yang krusial karena konsumen akan cenderung menggunakan aplikasi jika mereka yakin terhadapnya. Persepsi efektivitas mengacu pada sejauh mana teknologi mampu mencapai tujuan penggunaannya. Jika teknologi dapat menyederhanakan proses, meningkatkan efisiensi, dan memenuhi harapan pengguna, maka efektivitasnya dianggap tinggi. Sebaliknya, jika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspektasi, maka persepsi efektivitasnya menurun, yang dapat memengaruhi adopsi dan kepuasan pengguna (Oktaviani et al., 2023).

Perkembangan dan munculnya *financial technology (Fintech)* merupakan sebuah respons dari adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang kini didominasi oleh penggunaan teknologi informasi dengan kebutuhan dan kecepatan. Penggunaan fintech berkontribusi pada peningkatan layanan perbankan dengan membuat sistem pembayaran dalam transaksi lebih cepat, praktis, dan efisien (Pambudi, 2019). Inovasi dalam fintech mempermudah akses ke layanan keuangan serta mempercepat proses transaksi. Perkembangannya tidak hanya menguntungkan konsumen dengan kemudahan pembayaran, tetapi juga membantu pelaku usaha dalam mengelola keuangan dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Rodoli Pasaribu & Kresnamurti Rivai, 2024).

Meski kemajuan *fintech* dan kenyamanan belanja *online* melalui platform *E-commerce* seperti Shopee menawarkan berbagai keuntungan, hal tersebut juga berpotensi mendorong pola konsumsi yang berlebihan di kalangan konsumen. Faktor ini menjadi sebab adanya perilaku konsumtif, yang dianggap sebagai cara untuk menghilangkan stres atau rasa penat dari rutinitas harian, atau sebagai bentuk apresiasi diri setelah mencapai sesuatu. Perkembangan teknologi yang pesat telah memengaruhi perubahan perilaku konsumen. Jika sebelumnya konsumen berbelanja berdasarkan kebutuhan, kini keputusan pembelian sering kali didorong oleh gaya hidup atau impuls sesaat akibat berbagai penawaran menarik. Diskon, *cashback*, dan iklan yang dipersonalisasi semakin mendorong perilaku konsumtif, membuat konsumen lebih mudah tergoda untuk membeli sesuatu di luar kebutuhannya (Ranupadma & Kurniawati, 2024).

Beberapa studi menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran serta akses yang lebih luas terhadap beragam produk dapat memicu perilaku belanja impulsif dan diluar kendali. Sesuai dengan temuan Oktaviani, M. *et al.*, (2023), Kuswanto *et al.*, (2024), Ranupadma & Kurniawati (2024), dan Dewi *et al.*, (2021). Tetapi tidak dengan penelitian kamil & Istianingsih (2020) dan Alfinna, F. C. *et al.*, (2023) mengungkapkan perilaku konsumtif belum mampu mempengaruhi signifikansi dari *financial technology*.

Perilaku konsumtif telah menjadi bagian dari gaya hidup, tetapi dapat diminimalisir dengan kemampuan individu dalam mengontrol diri (Salsabila & Suci, 2019). Menurut Chita *et al.*, (2015) menekankan bahwa kontrol diri atau *locus of control* merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kebiasaan konsumtif seseorang. Menurut Munandar (2001) *self control* adalah kemampuan individu dalam mengelola serta mengendalikan tindakan, khususnya saat membuat keputusan pembelian. Orang dengan kontrol diri yang baik lebih mampu mempertimbangkan kebutuhan sebelum berbelanja, sedangkan mereka yang memiliki kontrol diri rendah cenderung melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan dampaknya. Kemampuan mengendalikan diri juga berperan dalam penggunaan *e-money* secara bertanggung jawab, sehingga dapat mencegah pengeluaran berlebihan (Dewi *et al.*, 2021).

Studi empiris sebelumnya mengungkapkan bahwa *self control* berperan penting dalam memahami perilaku konsumen serta memengaruhi keputusan mereka dalam membeli barang dan jasa. Kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan belanja berkontribusi pada pengambilan keputusan

yang lebih bijak, sehingga dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat berbelanja. *Self control* menjadi topik penting dalam penelitian konsumen, karena pertimbangan moral terkait pengendalian diri berpengaruh terhadap keputusan pembelian barang dan jasa (Neilsen dan Hofman, 2021). *Self-control* adalah kemampuan seseorang dalam mengelola dan mengendalikan perilaku dengan menekan, mengatur, atau mengarahkan keinginan berdasarkan berbagai pertimbangan. Kemampuan ini membantu individu dalam membuat keputusan yang lebih rasional, menghindari tindakan impulsif, serta menyesuaikan perilaku dengan situasi yang dihadapi (Lamayan *et. al.*, 2022).

Individu dengan tingkat *self control* yang tinggi cenderung memiliki kebiasaan menabung yang lebih baik (Liu, 2019). Mereka lebih disiplin dalam mengelola keuangan, lebih hemat dalam pengeluaran, serta memiliki perilaku finansial yang lebih terstruktur. Selain itu, mereka merasa lebih tenang dan aman dalam menghadapi kondisi keuangan, baik untuk kebutuhan saat ini maupun perencanaan di masa depan. Hal tersebut juga selaras dengan temuan dari Lamayan *et. al.*, (2022), dan Dewi *et al.*, (2021). Setiap individu memiliki mekanisme internal yang berperan dalam mengatur dan mengarahkan perilaku mereka, yang dikenal sebagai *self control* atau kontrol diri. Mekanisme ini membantu seseorang dalam menahan dorongan impulsif, mempertimbangkan konsekuensi tindakan, serta menyesuaikan perilaku dengan norma dan tujuan yang ingin dicapai. Dengan *self control*, mahasiswa dapat menahan dorongan dan keinginan yang berlebihan yang muncul dari dalam diri mereka (Ghufron dan Suminta, 2017). Tetapi tidak dengan penelitian Izazi *et al.*, (2020)

membuktikan *self control* tidak adanya pengaruh signifikan atas perilaku konsumtif.

Tingkat pengendalian diri yang tinggi selama kuliah memiliki peran penting dalam mencegah perilaku konsumtif. Baiknya seseorang pada *self control* akan menjadi disiplin ketika menyelesaikan tugas dan pekerjaan, memiliki acuan untuk menilai diri sendiri, serta mampu menjaga kontrol emosi, menghindari frustrasi, dan tidak mudah terjebak dalam kebiasaan belanja berlebihan (Siallagan, A. M., 2021).

Adanya *self control* diharapkan dapat membantu mengurangi atau mengendalikan perilaku konsumtif, sehingga tidak menimbulkan masalah keuangan di masa depan yang timbul akibat adanya kemudahan bertansaksi (Dewi *et al.*, 2021). perilaku konsumtif dapat memicu pemborosan keuangan, inefisiensi sumber daya, hingga masalah finansial di masa mendatang jika tidak diantisipasi. Untuk itu, selain dari *self control*, edukasi dan peningkatan literasi keuangan menjadi sangat krusial untuk mencegah perilaku konsumtif berlebihan, terutama di kalangan generasi muda ataupun mahasiswa. Memahami cara mengelola keuangan dan menerapkan pola konsumsi yang bertanggung jawab diharapkan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Dengan demikian, individu dapat mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien dan rasional, memastikan bahwa pengeluaran sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansial jangka panjang.

Menurut Udayanthi et al, (2018) menyebutkan penyebab yang mempengaruhi perilaku konsumtif selain pengendalian diri dan kualitas pembelajaran, yaitu *financial literacy*. Seorang individu harus mempunyai pengetahuan dasar dalam mengelola keuangan. *Financial literacy* mengacu pada tingkat pemahaman dan keterampilan yang memengaruhi kepercayaan seseorang dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan (OJK, 2016). Permasalahan keuangan tidak selalu berkaitan dengan besar kecilnya pendapatan, tetapi sering kali disebabkan oleh kurangnya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik (Izazi et al., 2020).

Financial literacy mencakup pengetahuan, sikap, serta keterampilan yang diperlukan dalam mengambil keputusan pengelolaan keuangan yang bijaksana, baik, serta mencapai tujuan finansial jangka panjang. Seseorang yang memahami *financial literacy* dapat melewati masa sulit secara finansial karena mereka telah menyiapkan tabungan, memiliki asuransi, dan mengalokasikan investasi (Nesia, I. L. N. H., & Sartika, F., 2024). Mahasiswa dengan literasi ekonomi yang rendah cenderung bersikap konsumtif. Kurangnya literasi juga dapat membuat seseorang menjadi konsumen yang kurang bijak dalam melakukan aktivitas konsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Mahasiswa yang memahami cara mengelola keuangan, menilai kualitas barang, dan mengantisipasi kebutuhan mendesak cenderung lebih bijak dan selektif dalam berbelanja. Mereka lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dapat menghindari pengeluaran yang tidak perlu (Nurfitria, A. 2020).

Sari *et al.*, (2023) dalam penelitiannya menyatakan *financial literacy* memiliki dampak signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif, penelitian tersebut linear dengan kajian oleh Yunita *et al.*, (2023) dan Sari *et al.*, (2023). Dengan kata lain, rendahnya pengetahuan dan pemahaman keuangan pada mahasiswa penyebab adanya perilaku konsumtif, karena mereka tidak mampu mengelola keuangan secara efektif. Rendahnya *financial literacy* menunjukkan pentingnya edukasi mengenai perencanaan keuangan, agar dapat menghindari pembelian yang tidak perlu (Andriani & Nugraha, 2018). Tetapi hal itu berbeda dengan penelitian Chairirah dan Siregar (2020) membuktikan *financial literacy* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kajian ini berfokus pada Mahasiswa PTN Malang yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Malang (UIN), Universitas Negeri Malang (UM), dan Politeknik Negeri Malang (Polinema). Berdasarkan data dari Malang Posco Media Kota Malang tahun 2022, jumlah mahasiswa mencapai 330 ribu mahasiswa mahasiswa aktif dan sebagian besar berasal dari Perguruan Tinggi Negeri atau Perguruan Tinggi Swasta. Mahasiswa PTN Malang mendominasi dengan populasi yang mencakup 170 ribu atau lebih dari 50% total mahasiswa di Kota Malang, mahasiswa PTN mampu merepresentasikan pola atau tren yang berlaku di kalangan mahasiswa secara keseluruhan dan juga menjadi Perguruan Tinggi Negeri Terfavorit 2024 (Times Indonesia, 2024).

Kajian ini sebagai pengembangan dari kajian Senobua *et al.*, (2023). Perbedaan penelitian ini terletak pada penambahan variabel analisis sebagai mediasi, alat analisis, serta subjek kajian. Kajian sebelumnya tidak

menggunakan variabel mediasi, akan tetapi kajian ini menambahkan variabel *self control* sebagai variabel mediasi. Penelitian sebelumnya masih menggunakan analisis regresi berganda, sementara penelitian ini mengadopsi *SmartPLS* sebagai metode analisis data. Selain itu, subjek dalam penelitian terdahulu adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi, sedangkan penelitian ini berfokus pada mahasiswa PTN di Malang.

Fokus penelitian pada mahasiswa merupakan dimensi penting, mengingat kelompok ini sangat terpengaruh oleh tren konsumsi digital yang meningkat, namun sering kali memiliki kemampuan literasi yang rendah (Sari & Wiyono, 2021; Najib & Anggraini, 2019). Selain itu, platform *E-commerce* seperti shopee dengan promosi yang sangat menarik dan beragam metode pembayaran yang memberikan kemudahan dapat memperburuk perilaku konsumtif (Rusmana *et al.*, 2024), sehingga menambah relevansi penelitian dalam konteks perilaku belanja daring di Indonesia. Berdasarkan penjelasan masalah di atas, sehingga penelitian dilakukan dengan judul "**Pengaruh *Fintech* dan *Financial literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee dengan *Self control* sebagai Mediasi (Studi Pada Mahasiswa PTN Malang)**".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah memiliki pengaruh antara *Fintech* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang?
2. Apakah terdapat pengaruh antara *financial literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang?

3. Apakah memiliki pengaruh antara *Self control* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang?
4. Apakah memiliki pengaruh antara *Fintech* terhadap *self control* pada mahasiswa PTN Malang?
5. Apakah memiliki pengaruh antara *financial literacy* terhadap *self control* pada mahasiswa PTN Malang?
6. Apakah *Self control* dapat memediasi pengaruh *Fintech* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang?
7. Apakah *Self control* mampu memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *Fintech* terhadap perilaku konsumtif belanja *online E-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang
2. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif belanja *online E-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang
3. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif belanja *online E-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang

4. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *Fintech* terhadap *self control* pada mahasiswa PTN Malang
5. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *financial literacy* terhadap *self control* pada mahasiswa PTN Malang
6. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *self control* dalam memediasi *Fintech* terhadap perilaku konsumtif belanja *online E-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang
7. Untuk melakukan pengujian serta penganalisisan pengaruh *self control* dalam memediasi *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif belanja *online E-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Kajian ini menambah pengetahuan, wawasan bagi penulis dan juga berperan penting dalam meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Dengan memahami hubungan antara literasi keuangan, penggunaan *financial technology*, dan kebiasaan belanja, penulis dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang manajemen keuangan pribadi. Penelitian ini juga dapat mendorong penulis ataupun mahasiswa lain untuk meningkatkan *self control* dalam berbelanja *online* dan memahami dampak *financial technology* terhadap keputusan keuangan.

2. Bagi masyarakat

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat umum. Penelitian ini membantu masyarakat untuk lebih paham tentang bagaimana cara

berbelanja dan menggunakan *Fintech* di zaman sekarang. Masyarakat juga dapat mengerti bagaimana aplikasi keuangan dan toko *online* mengubah cara hidup kita serta melakukan interaksi dengan yang lainnya. Dengan kata lain, penelitian ini membuka mata masyarakat tentang perubahan-perubahan penting dalam cara kita berbelanja, dan juga mengelola uang di era digital, serta perlunya *self control* untuk membeli barang yang dibutuhkan saja.

3. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendorong bagi perguruan tinggi untuk memperbaharui cara mengajar dengan membuat pelajaran yang sesuai dengan kebutuhan saat ini. Instansi dapat menggabungkan pengetahuan tentang teknologi keuangan terbaru, cara mengelola keuangan dengan bijak dan bagaimana orang berperilaku saat berbelanja. Dengan begitu, mahasiswa akan lebih siap mengatur keuangan dan saat menghadapi situasi nyata di masyarakat.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Basmantra, I. N. *et al.* (2023) menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-wallet dan literasi keuangan memiliki dampak positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Alfinna, F. C. *et al.* (2023) dalam penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis *SmartPLS* 3.0. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa literasi keuangan serta uang elektronik tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, gaya hidup dan kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Puteri, H. E. *et al.* (2022) mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda dalam pengumpulan datanya. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kontrol diri berperan sebagai faktor penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif pada tingkat sedang. Selain itu, kontrol diri dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam mengontrol perilaku konsumtif mereka saat melakukan pembelian ulang layanan internet untuk keperluan media sosial.

Chairiah & Siregar (2020) melakukan penelitian dengan metode kuantitatif menggunakan *pendekatan Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM)*. Hasil penelitian mereka mengindikasikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, uang saku memiliki

dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan dan uang saku berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri, yang pada gilirannya turut memengaruhi perilaku konsumtif serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kedua variabel tersebut dengan perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Izazi *et al.* (2020) juga menerapkan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Smart PLS 3.0 dalam analisisnya. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun, literasi keuangan memberikan dampak signifikan terhadap kontrol diri. Selain itu, kontrol diri terbukti memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif serta berfungsi sebagai mediator antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Faizah *et al.* (2023) menerapkan metode kuantitatif dengan teknik analisis SEM-PLS menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara pendapatan memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil Adjusted R, perilaku konsumtif dipengaruhi oleh literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yunita *et al.* (2023), metode kuantitatif diterapkan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistic* 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan secara individu maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sari *et al.* (2023) melakukan penelitian kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani, Sari *et al.* (2023) menerapkan metode kuantitatif dengan teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *e-commerce* dan teknologi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif, baik secara parsial maupun simultan.

Kuswanto *et al.* (2024) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan model regresi berganda *Ordinary Least Squares* (OLS). Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Ray *et al.* (2022) menemukan bahwa pembayaran melalui fintech mobile memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, aplikasi belanja daring tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Ranupadma & Kurniawati (2024) menerapkan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, seluruh variabel yang diuji memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, secara parsial, hanya *e-commerce* yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dewi *et al.* (2021) menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis jalur. Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mujahidin (2020) dengan metode kuantitatif menggunakan SPSS 16 *for* Windows menemukan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Lamayan *et al.* (2022) menemukan bahwa uang elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan juga terhadap kontrol diri. Namun, kontrol diri tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif, tetapi mampu menjadi mediator dalam hubungan antara uang elektronik dan perilaku konsumtif.

Kamil & Istianingsih (2020) menerapkan metode path analysis dalam penelitian mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap layanan pembayaran seluler, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap layanan tersebut. Selain itu, gaya hidup dan literasi keuangan memiliki dampak signifikan terhadap perilaku belanja, namun layanan pembayaran seluler tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku belanja.

Sari, N. N. & Irmayanti, N. (2021) meneliti hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif dalam konteks belanja daring di kalangan mahasiswa. Dengan menggunakan metode kuantitatif melalui SPSS, penelitian ini menemukan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam belanja daring.

Lubies *et al.* (2020) menerapkan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki pengaruh

signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan konformitas juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian oleh Sudiro & Asandimitra (2022) menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis *SmartPLS* dan AMOS versi 24. Hasil penelitian membuktikan bahwa literasi keuangan, uang elektronik, faktor demografi, gaya hidup, dan kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Fauziah *et al.* (2023) menemukan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, layanan paylater memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif, dan juga berperan sebagai mediator dalam hubungan antara literasi keuangan serta kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada ibu rumah tangga di Malang.

Pamungkas & Putri (2024) menerapkan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) melalui perangkat lunak AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup dan layanan paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian oleh Senobua *et al.* (2023) menggunakan analisis regresi linier berganda dan menemukan bahwa teknologi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| NO | Judul, Nama Peneliti, Tahun | Variabel Penelitian | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|-----------|--|--|--|---|
| 1. | <i>“The Role of E-Wallet Use and Financial literacy on Consumptive Behavior in Indonesia.: (Basmantra, I. N., et al., 2023)</i> | X1: E-Wallet, X2 : Financial literacy, dn Y : Consumptive Behavior | <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> | - E-Wallet, <i>financial literacy</i> memberikan pengaruh positif dan signifikan atas <i>consumptive behavior</i> |
| 2. | <i>“Consumptive Behavior: Are Financial literacy, Electronic Money, Lifestyle, and Self-control Necessary?.” (Alfinna, F. C., et al., 2023)</i> | X1 : Financial literacy, X2: Electronic Money, X3: Lifestyle, X4 : Self control, dan Y : Consumptive Behavior. | <i>SmartPLS 3.0</i> | - <i>Financial literacy</i> dan electronic money tidak berpengaruh signifikan atas <i>consumptive behavior</i> . - <i>Lifestyle</i> serta <i>self-control</i> memberikan pengaruh yang signifikan atas <i>consumptive behavior</i> . |
| 3. | <i>Self-control and Consumptive behavior Control in Purchasing Internet Service for Social Networking Among Muslim Millennials. (Puteri, H. E., et al., 2022).</i> | <i>Self Control , Consumptive Behavior, dan Purchasing Internet Service</i> | Regresi linier berganda | - <i>Self control</i> merupakan prediktor yang baik untuk pengendalian <i>consumptive behavior</i> pada tingkat sedang. - <i>Self control</i> dapat dapat meningkatkan pengendalian <i>consumptive behavior</i> pada |

| | | | | |
|----|---|---|---|--|
| | | | | mahasiswa dalam repurchasing internet services untuk bermedia sosial. |
| 4. | “Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif dengan <i>Self control</i> Sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” (Chairiah & Siregar, 2022) | X1 : Literasi Keuangan, X2 : Uang Saku, Y : Perilaku Kosnumtif, Dan Z : <i>Self control</i> | <i>Partial Least Square-Struktural Equestion Model</i> (PLSSEM) | <ul style="list-style-type: none"> - Tingkat literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan atas perilaku konsumtif. - Besaran uang saku secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif. - Literasi keuangan dan uang saku terbukti secara signifikan memengaruhi tingkat pengendalian diri (<i>self-control</i>). - Pengendalian diri (<i>self-control</i>) memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif serta berperan sebagai mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan uang saku dengan perilaku konsumtif. |
| 5. | “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan <i>Self control</i> Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada | X1 : Literasi Keuangan, Y : Perilaku Konsumtif, Dan | Smart PLS 3.0 | <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan berdampak negatif atas perilaku konsumtif. |

| | | | | |
|----|---|---|-------------------------------|--|
| | Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun).” (Izazi <i>et al.</i> , 2020) | Z : Self Control | | <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan secara signifikan memengaruhi pengendalian diri (<i>self-control</i>). - Pengendalian diri (<i>self-control</i>) memiliki pengaruh negatif yang signifikan atas perilaku konsumtif. - Pengendalian diri (<i>self-control</i>) berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. |
| 6. | “Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel <i>Moderating</i> (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah).” (Faizah <i>Et al.</i> , 2023) | X1 : Literasi Keuangan, X2 : Pendapatan, Y : Perilaku Konsumtif, Dan Z : Gaya Hidup | SEM-PLS dan <i>SmartPLS 4</i> | <ul style="list-style-type: none"> - Tidak adanya pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, sedangkan pendapatan atas perilaku konsumtif mempunyai pengaruh. - Berdasarkan nilai Adjusted R Square, diketahui bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. |

| | | | | |
|-----|--|--|-----------------------------------|--|
| 7. | “Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara).” (Yunita <i>et al.</i> , 2023) | X1 : media sosial, X2 : Gaya Hidup, X3 : Literasi keuangan, Dan Y : Perilaku Konsumtif | IBM SPSS statistic 25 | <ul style="list-style-type: none"> - Media sosial, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan - Setiap variabel juga memiliki pengaruh yang signifikan atas perilaku konsumtif secara simultan. |
| 8. | “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019”. (Sari <i>et al.</i> , 2023) | X1 : Literasi Keuangan, X2 : Gaya Hidup, Dan Y : Perilaku Konsumtif | Analisis linier berganda | <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku konsumtif. - Gaya hidup secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku konsumtif. |
| 9. | “Pengaruh <i>E-commerce</i> dan <i>Financial technology</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa” (Oktaviani <i>et al.</i> , 2023) | X1 : <i>E-commerce</i> , X2 : <i>Financial technology</i> , Y: Perilaku Konsumtif | Regresi linier berganda | <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-commerce</i>, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. - <i>Financial literacy</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, <i>baik secara parsial maupun simultan</i>. |
| 10. | “Pengaruh <i>Financial technology</i> dan Manajemen Keuangan terhadap Perilaku | X1 : <i>Financial technology</i> , X2 : | Statistic regresi berganda dengan | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial technology</i> dan manajemen keuangan |

| | | | | |
|-----|--|---|------------------------------------|--|
| | Konsumtif Mahasiswa.” (Kuswanto <i>et al.</i> , 2024) | Manajemen Keuangan, Y : Perilaku Konsumtif | model Ordinary Least Squares (OLS) | berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif |
| 11. | “Pengaruh Penggunaan <i>Fintech Mobile Payment</i> dan Aplikasi Belanja <i>Online</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan.” (Ray <i>Et al.</i> , 2022) | X1: <i>Fintech</i> , X2: Belanja <i>Online</i> , Y: Perilaku Konsumtif | Uji Asumsi Klasik (SPSS) | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Fintech mobile payment</i> memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan - Aplikasi belanja <i>online</i> tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif |
| 12. | “Pengaruh <i>E-commerce</i> , Media Sosial, <i>Financial technology (Fintech)</i> dan <i>Lifestyle</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta).” (Ranupadma & Kurniawati, 2024) | X1 : <i>E-commerce</i> , X2 : Media Sosial, X3 : <i>Financial technology (Fintech)</i> , X4 : <i>Lifestyle</i> , Dan Y : Perilaku Konsumtif | Analisis regresi berganda (SPSS) | <ul style="list-style-type: none"> - Setiap variabel berpengaruh atas perilaku konsumsi. - Semua variabel berpengaruh atas perilaku konsumtif kecuali <i>E-commerce</i> |
| 13. | “Penggunaan <i>E-money</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang dimediasi Kontrol Diri.” (Dewi <i>et al.</i> , 2021) | X1 : Penggunaan <i>E-money</i> , Y1 : Perilaku Konsumtif, Z : Kontrol Diri | Teknik analisis jalur | <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-money</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif - Kontrol diri mampu memediasi antara e-monay dengan perilaku |
| 14. | “Pengaruh <i>Fintech e-wallet</i> terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Millennial.” (Mujahidin, 2020) | X1 : <i>Fintech E-Wallet (Service quality, perception of convenience, perception</i> | SPSS 16 for windows | <ul style="list-style-type: none"> - Presepsi kemudahan, presepsi manfaat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap |

| | | | | |
|-----|---|--|-----------------------------------|--|
| | | of benefit, and promotion), dan Y : Perilaku Konsumtif | | perilaku konsumtif pada generasi milenial. |
| 15. | “Pengaruh <i>E-money</i> terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening.” (Lamayan <i>et al.</i> , 2022) | X1 : E- Money, Z : Kontrol Diri, dan Y : Perilaku Konsumtif | Regresi linier berganda (SPSS 22) | <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-money</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif - <i>E-money</i> berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri - Kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif - Kontrol diri mampu memediasi antara <i>e-money</i> dengan perilaku konsumtif |
| 16. | “ <i>Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Service.</i> ” (Kamil & Istianingsih, 2020) | X1: <i>Lifestyle</i> , X2: <i>Financial literacy</i> , Z: <i>Mobile Payment</i> , dan Y: <i>Spending Behavior</i> | Path analysis | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Lifestyle</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>mobile payment services</i>. - <i>Financial literacy</i> secara signifikan tidak memengaruhi <i>mobile payment service</i> - <i>Lifestyle</i> dan <i>financial literacy</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>spending behavior</i> |

| | | | | |
|-----|--|---|--|--|
| | | | | - <i>Mobile payment service</i> secara signifikan tidak memengaruhi <i>spending behavior</i> . |
| 17. | “Hubungan <i>Self control</i> terhadap Perilaku Konsumtif Belanja <i>Online</i> pada Mahasiswa.” (Sari, N. N., & Irmayanti, N. 2021) | X1 : Kontrol Diri dan Y : Perilaku Konsumtif | SPSS | - <i>Self control</i> secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif belanja <i>online</i> . |
| 18. | “ <i>The Relationship of Self-control and Conformity with Consumptive behavior of Network Computer Engineering Students at Smk Negeri 2 Binjai</i> ”. (Lubis <i>et al.</i> , 2020) | X1 : <i>Self control</i> , X2 : <i>Conformity</i> , dan Y: <i>Consumptive Behavior</i> | Regresi linier berganda | - <i>Self control</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. - <i>Conformity</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif |
| 19. | “Pengaruh <i>Financial literacy</i> , Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial” (Sudiro & Asandimitra, 2022). | X1 : <i>Financial literacy</i> , X2 : Uang Elektronik, X3 : Demografi, X4: Gaya Hidup, X5 : Kontrol Diri, Y: Perilaku Konsumtif | <i>SmartPLS</i> with AMOS software version 24. | - Semua variabel dari <i>financial literacy</i> , uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif. |
| 20 | “ <i>The Effect of Financial literacy and Self control on Consumptive behavior with Payleter as a Mediating Variable</i> ” (Fauziah <i>et al.</i> , 2023) | X1 : <i>Financial literacy</i> , X2 : <i>Self control</i> , Z : Payleter, dan Y : <i>Consumptive behavior</i> | <i>SmartPLS</i> | - <i>Financial literacy</i> dan <i>self control</i> memengaruhi perilaku konsumtif - Payleter memengaruhi perilaku konsumtif |

| | | | | |
|-----|---|---|---|--|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial literacy</i> dan <i>self control</i> memengaruhi payleter. - Payleter memediasi <i>financial literacy</i> dan <i>self control</i> memengaruhi perilaku konsumtif. |
| 21. | “ <i>The Influence of Financial literacy, Lifestyle, and Pay Leter use on Consumtive behavior</i> ” (Pamungkas & Putri, 2024). | X1 : <i>Financial literacy</i> , X2 : <i>Lifestyle</i> , X3 : Pay Leter, dan Y : Consumtive Behavior. | SEM melalui softwere AMOS | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial literacy</i> tidak memengaruhi <i>consumtive behavior</i>. - <i>Lifestyle</i> dan Pay leter memiliki pengaruh terhadap <i>consumtive behavior</i>. |
| 22 | “Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Fintech</i> Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar” (Oktaviani, <i>et al.</i> , 2024) | X1 : Literasi Keuangan, X2 : <i>Fintech</i> Digital Payment, X3 : Gaya Hidup, Y : Perilaku Konsumtif | Deskriptif dan analisis regresi linier berganda | <ul style="list-style-type: none"> - Literasi keuangan secara signifikan dan positif tidak memengaruhi perilaku konsumtif. - <i>Fintech digital payment</i> dan gaya hidup secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku konsumtif - Literasi keuangan, <i>Fintech digital payment</i>, dan gaya hidup secara signifikan dan positif memengaruhi perilaku konsumtif. |

| | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 23 | “ <i>Influence of Life Style and Financial literacy to Consumtive behavior through Self control of Unidnu FEB Collage Students Jepara</i> ” (Hilamtussakdiyah, 2019). | X1 : <i>Lifestyle</i> , X2 : <i>Financial literacy</i> , Z : <i>Self control</i> , Y : <i>Consumtive Behavior</i> . | Regresi linier berganda | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Lifestyle</i>, <i>financial literacy</i>, dan <i>self control</i> memengaruhi perilaku konsumtif. - Serta, semua variabel <i>Lifestyle</i> dan <i>financial literacy</i> berpengaruh terhadap <i>consumtive behavior</i> melalui <i>self control</i> sebagai mediasi. |
| 24 | “ <i>The Effect of Financial Literature, Elektronik Money, Self control, dan Lifestyle on Student Consumption Behavior.</i> ” (Widiyanti et al., 2022). | X1 : <i>Financial Literature</i> , X2 : <i>Elektronic Money</i> , X3 : <i>Self control</i> , X4 : <i>Lifestyle</i> dan Y : <i>Consumtive behavior</i> | Deskriptif dan regresi linier berganda | <ul style="list-style-type: none"> - Semua variabel dari <i>financial literature</i>, <i>elektronic money</i>, <i>self control</i> dan <i>Lifestyle</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>consumtive behavior</i>. - Secara parsial <i>financial literature</i> dan <i>elektronic money</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>consumtive behavior</i>. - Secara parsial <i>self control</i> dan <i>Lifestyle</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>consumtive behavior</i>. |
| 25 | “ <i>The Effect of E-Wallet, a Hidonist Lifestyle, with Self control as an</i> | X1 : <i>E-Wallet</i> , X2 : <i>Hidonist Lifestyle</i> , Z : | Path Analysis | <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-Wallet</i> dan <i>Hidonist lifesyle</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>self control</i> |

| | | | | |
|----|--|---|-------------------------|--|
| | <i>Intervening Variabel on Consumtive Behavior.</i> ” (Rohmah, R.A.N, 2023) | <i>Self control, Y : Consumtive Behavior.</i> | | <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-Wallet dan Hidonist lifesyle</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>Consumtive Behavior</i> - <i>E-Wallet dan Hidonist lifesyle</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>Consumtive Behavior</i> melalui <i>self control</i> |
| 26 | <i>“The Influence Of The Use Of Financial Technology and Financial literacy On The Consumtive Behavior Of Students Of The Faculty Of Economics And Business, Sam Ratulangi University.”</i> (Senobua <i>et al.</i> , 2023) | <i>X1 : Financial Technology, X2 : Financial literacy, dan Y : Consumtive Behavior.</i> | Regresi Linier Berganda | <ul style="list-style-type: none"> - <i>Financial technolgy</i> secara signifikan dan positif memengaruhi <i>consumtive behavior.</i> - <i>Financial literacy</i> tidak memengaruhi <i>consumtive behavior.</i> |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Tabel 2. 2

Persamaan dan Perbedaan Penelitian

| Persamaan | Perbedaan |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">- Menggunakan variabel <i>Fintech</i>, <i>financial literac</i>, dan perilaku konsumtif- Menggunakan pendekatan kuantitatif | <ul style="list-style-type: none">- Penambahan variabel <i>self control</i> sebagai variabel medias- Kajian penelitian berdasarkan prespektif islam- Mahasiswa PTN Malang menjadi fokus utama pada studi ini. |

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior diartikan sebagai teori yang dikembangkan dari *Theory of Reason Action* atau TRA oleh Azjen (1991). Teori ini sudah diaplikasikan dalam berbagai bidang, termasuk sistem informasi, penelitian kesehatan, kesehatan, keuangan, dan sumberdaya manusia. Teori ini melibatkan tiga konsep utama, pertama sikap atas perilaku, peraturan subyektif, dan kontrol dari perilaku yang dirasakan. Dua variabel pertama, sikap dan norma subyektif berasal dari teori TRA, adanya variabel kontrol perilaku yang dirasakan diperkenalkan dalam TPB (East, 1997).

Sikap atas perilaku merujuk pada bagaimana seseorang menilai suatu perilaku, baik positif maupun negatif. Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh keyakinan individu mengenai akibat dari tindakan yang diambil, serta penilaian evaluatif terhadap akibat tersebut. Norma subyektif berkaitan dengan tekanan sosial yang mendorong seseorang untuk memilih melakukan atau menghindari suatu perilaku, di mana tekanan tersebut umumnya berasal dari figur yang dianggap penting, seperti keluarga, teman, atau minat pribadi. Dampak norma subyektif terletak pada keyakinan normatif mengenai ekspektasi orang lain serta dorongan untuk menyesuaikan diri dengan keyakinan tersebut. Kontrol perilaku yang dirasakan menggambarkan kepercayaan individu atas kemampuan dalam melakukan sebuah perilaku tersebut (Hatta, 2012).

Penelitian ini menggunakan sikap atas perilaku serta kontrol perilaku yang dirasakan yang ditujukan menjelaskan pengaruh literasi keuangan serta penggunaan

fintech atas perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang lebih baik mempunyai sikap positif terhadap perilaku konsumsinya, selanjutnya mendorong dalam bersikap hemat. Disisi lain, mahasiswa dengan kemampuan kongnitif yang baik terkait penggunaan *fintech* dan pengelolaan keuangan menyakini bahwa mereka tidak akan terjebak dalam perilaku konsumtif (Ajzen, 2002).

Di sisi lain, persepsi terhadap kontrol perilaku dapat menjelaskan *self control*. Kemampuan *self control* yang dimiliki biasanya memiliki sikap yang bagus terhadap perilaku konsumsi mereka mampu mengatur keinginan, menjaga disiplin diri, dan menahan diri dari pembelian impulsif. Dengan demikian, konsep *Theory of Planned Behavior* dapat menjelaskan semua faktor studi ini (Prabandari & Sholihah, 2015).

2.2.2 Technology Acceptance Model

Technology Acceptance Model didefinisikan sebagai teori yang dikemukakan oleh Fred Davis tahun 1986. *Theory of Reason Action* dan *theory of planneed behavior* berfungsi untuk menjelaskan proses adopsi teknologi dari sudut pandang individu. *Technology Acceptance Model* penyesuaian dari *Theory of Reason Action* (TRA) dibuat dalam membuat model penerimaan dan penggunaan teknologi atau memprediksi adopsi serta pemanfaatan sistem informasi oleh pengguna, serta manfaatnya dalam mendukung pekerjaan. (Hatta, 2009). TAM menerapkan prinsip yang sama dengan TRA dalam memperkirakan penerimaan terhadap teknologi informasi, berdasarkan pada keinginan individu untuk mengadopsi teknologi tersebut (Venkatesh & Davis, 2000).

Dalam TAM, penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh niat perilaku individu. Niat perilaku ini disebabkan dua persepsi utama, yaitu persepsi *benefit (perceived usefulness/PU)*, persepsi *preceived ease of use/PEOU*. Persepsi manfaat (PU) adalah berapa jauh seseorang dapat percaya mengenai penggunaan teknologi yang akan memberikan keuntungan bagi mereka. Persepsi manfaat merujuk pada keyakinan seseorang dalam penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sementara persepsi kemudahan menggunakan sistem (PEOU) membuat yakin bahwa penggunaan sistem dapat mengurangi upaya yang diperlukan. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi merujuk pada keyakinan bahwa komputer atau teknologi tersebut dapat dipahami dan digunakan dengan mudah (Ilmi *et al.*, 2020).

TAM adalah kerangka kerja untuk memahami bagaimana individu menanggapi teknologi baru. Saat menilai manfaat yang dirasakan dari suatu sistem, pengguna akan mempertimbangkan sejauh mana sistem tersebut dapat membantu aktivitas sehari-hari seseorang. Persepsi kegunaan sistem diukur berdasarkan seberapa sedikit usaha yang diperlukan dalam memaksimalkan manfaat dari penggunaannya. Menurut Davis, keputusan pengguna untuk mengadopsi teknologi atau sistem informasi baru ditentukan oleh pandangan mereka tentang kegunaan dan manfaat teknologi tersebut. Sejak diperkenalkan, TAM telah digunakan secara luas dalam penelitian untuk meneliti penerimaan pengguna terhadap berbagai sistem teknologi informasi, seperti situs web *E-commerce*, aplikasi seluler, dan platform media sosial (Ashraf *et al.*, 2022).

Prespektif positif terhadap kegunaan (PU) dan kemudahan penggunaan (PEOU) *fintech* mendorong pengguna untuk semakin sering memanfaatkan layanan keuangan digital. Kemudahan akses dan kecepatan dalam bertransaksi yang ditawarkan *fintech* mempermudah pengguna untuk melakukan lebih banyak transaksi, yang pada akhirnya dapat memicu peningkatan perilaku konsumtif atau dengan kata lain konsep ini menjelaskan bagaimana sistem informasi mempengaruhi perubahan perilaku pengguna. Dalam konteks penelitian ini, TAM digunakan untuk memahami variabel terkait *Fintech*.

2.2.3 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif sebagai tindakan berlebihan dalam membeli tanpa perencanaan dan tanpa mengutamakan kebutuhan, dengan tujuan memperoleh kesenangan untuk memuaskan keinginan (Wardani & Anggadita, 2021). Menurut Dikria & Mintarti (2016) Perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan individu untuk membeli atau menggunakan barang secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, di mana keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan utama. Azsahrah *et al.*, (2023) mendefinisikan perilaku konsumtif merupakan mengarahkan seseorang dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan, bahkan melampaui kapasitas finansialnya.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif meliputi literasi keuangan, pengendalian diri, dan kualitas pembelajaran (Udayanthi *et al.*, 2018). Konsumtif menjelaskan mengarahkan individu dalam mengonsumsi atau mempunyai suatu barang namun berlebihan, bahkan barang yang sesungguhnya tidak dibutuhkan akan tetapi diinginkan. (Luthfatul & Khasan, 2017). Perilaku

konsumtif sangat terkait dengan pembelian impulsif. Pembelian impulsif adalah tindakan membeli tanpa perencanaan, didorong oleh keinginan kuat untuk membeli tanpa berpikir panjang, terjadi secara spontan, dan diiringi oleh kesenangan serta gairah, karena keputusan pembelian terjadi di bawah sadar individu (Rajeswari & Pandian, 2016: 300).

Dari beberapa penjelasan diatas, dalam islam mengakui juga mengakui bahwasanya setiap individu memiliki kemampuan dalam meningkatkan kepuasan mereka, namun kepuasan tersebut tidak ditujukan dalam pemenuhan yang tidak terbadas atau tidak terkendali, melainkan tetap berlandaskan pada nilai ajaran islam, islam menekankan pentingnya menghindari sikap berlebihan dalam konsumsi (Yunita *et al.*, 2023). Al-Qur'an mengajak manusia untuk mengontrol keinginan memiliki yang berlebihan. Al-Qur'an juga terdapat larangan agar tidak bersikap serakah, menimbun kekayaan, dan menghamburkan kekayaan, Allah Swt berfirman pada Surah al-Isra ayat 26-27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”

Ibnu Katsir menafsirkan dalam ayat tersebut menekankan kewajiban memberi hak kepada yang berhak, seperti keluarga dekat, orang miskin, dan musafir. Ayat ini juga melarang pemborosan, yang disamakan dengan perilaku setan. Pemborosan didefinisikan sebagai penggunaan harta yang secara

berlebihan dan tidak memiliki manfaat yang jelas. Orang yang boros dianggap mengikuti jejak setan yang selalu ingkat kepada Allah. Serta, hal terpentingnya adalah perlunya mengelola harta dengan bijaksana dan memberikan bantuan kepada yang membutuhkan.

Dan sebagaimana dalam surat Al-Ma'idah ayat 87 dan 88

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kalian mengharamkan hal-hal baik yang telah Allah halalkan untuk kalian, dan janganlah kalian melampaui batas. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Nikmatilah rezeki halal dan baik yang telah Allah kruniakan kepada kalian, serta bertakwalah kepada Allah, hanya kepada-Nya kalian beriman.”

Dalam QS. Al-Ma'idah ayat 87 dan 88, Allah memerintahkan umatnya untuk mengonsumsi apa yang *halalan dan toyiban* atau halal dan baik, yang berarti segala sesuatu yang bermanfaat. Oleh karena itu mengonsumsi sesuatu, kita harus mempertimbangkan manfaatnya untuk diri sendiri, dan orang lain. Jika tidak memperhatikan manfaatnya, hal itu termasuk dalam tindakan *tabzir*. Menurut Ibnu Mas'ud dan Ibnu Abbas, *tabzir* adalah melakukan belanja sebuah harta tidak pada tempatnya. Sebaliknya, menggunakan harta dengan tidak termasuk *tabzir*. Larangan *tebzir* dalam surat al-Isra ayat 26-27 (Marfuah, A. 2024).

Konsumsi dalam Islam bisa dianggap sebagai ibadah jika dilakukan dengan niat untuk melakukan ibadah kepada Allah. Di era modern yang penuh dengan kemudahan, penting bagi kita untuk tetap mengendalikan diri agar tidak

terlalu fokus pada urusan dunia dan melupakan akhirat. Islam mengajarkan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan persiapan spiritual untuk akhirat. Kita diperbolehkan memenuhi kebutuhan hidup seperti makan, minum, pakaian, dan tempat tinggal, tetapi harus dilakukan tanpa sikap berlebihan atau kesombongan (Wangi, B. S., & Lathif, S. W. 2024).

2.2.3.2 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Berikut adalah faktor-faktor yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Kotler Keller:

1. Faktor Budaya

Budaya, subkultur, dan kelas sosial berperan dalam membentuk perilaku konsumtif seseorang, mendorong individu untuk mengejar standar kehidupan yang melampaui sekadar pemenuhan kebutuhan dasar.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial terdiri atas kelompok acuan, keluarga, status, dan peran yang memengaruhi perilaku serta gaya hidup seseorang. Dalam banyak kasus, penggunaan suatu produk dijadikan simbol untuk merepresentasikan status dan peran individu di tengah masyarakat.

3. Faktor Personal

Aspek personal yang memengaruhi seseorang meliputi kepribadian, usia, tahapan siklus hidup, profesi, kondisi finansial, gaya hidup, serta persepsi individu terhadap dirinya sendiri.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologi meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap, yang mendorong individu membantu mereka dalam menafsirkan dan membentuk keyakinan dan sikap terhadap produk.

2.2.3.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Lina & Rosyid (1997), menjelaskan ada tiga aspek yang menjadi indikator perilaku konsumtif, yaitu:

1. Pembelian Impulsif

Pembelian ini terjadi spontan tanpa adanya pertimbangan, dipengaruhi oleh ketertarikan konsumen terhadap produk yang dijual. Pembelian impulsif diartikan sebagai pembelian secara spontan tidak adanya perencanaan sebelumnya, yang menyebabkan ketertarikan konsumen untuk membeli barang di pasar (Saleh *et al.*, 2023)

2. Pembelian Tidak Rasional

Pembelian ini ditandai dengan konsumen yang membeli barang hanya demi kesenangan atau gengsi, tanpa memikirkan kebutuhannya. Selain itu, gengsi juga dapat mendorong perilaku berbelanja yang membeli barang-barang untuk mengikuti gaya hidup dan keinginan berlebihan karena banyak orang lain yang memilikinya.

3. Pemborosan

Perilaku boros umumnya terjadi pada konsumen yang melakukan pembelian barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaatnya. Ciri utama perilaku ini adalah pengeluaran uang untuk memenuhi keinginan konsumtif tanpa tujuan yang jelas. Faktor pemicunya sering kali adalah

dorongan untuk merasakan kesenangan sesaat tanpa memperhatikan kebutuhan utama yang seharusnya menjadi prioritas.

2.2.4 Fintech

Menurut Bank Indonesia (2017) *fintech*, atau teknologi keuangan, adalah inovasi yang menggabungkan teknologi dengan layanan keuangan, mengubah sistem transaksi dari konvensional menjadi digital dan lebih efisien. Dengan dukungan teknologi seperti AI, *blockchain*, dan *big data*, *fintech* mempercepat transaksi, menekan biaya operasional, serta meningkatkan keamanan dan transparansi. Layanan seperti dompet digital, *mobile banking*, dan *peer-to-peer lending* mempermudah akses keuangan, bahkan untuk transaksi lintas negara dalam hitungan detik. *Fintech* juga mendorong inklusi keuangan, mendukung pertumbuhan ekonomi digital, serta mempermudah sistem pembayaran di sektor *e-commerce* dan bisnis lainnya, menjadikan ekosistem keuangan lebih cepat, fleksibel, dan berbasis digital. *Fintech* adalah layanan keuangan yang mengintegrasikan teknologi untuk mempercepat dan mempermudah proses transaksi (Moehadi, M. *et al.*, 2023). Teknologi keuangan adalah perangkat lunak yang menyediakan layanan keuangan (Ray *et al.*, 2022).

Dedi (2020:10) *fintech* bertujuan menarik minat konsumen dengan menawarkan layanan yang lebih *user-friendly*, efisien, transparan, dan otomatis dibandingkan solusi keuangan tradisional. Menurut Chusnah & Indriana (2020), *fintech* bertujuan mempermudah transaksi keuangan *online*, menaikkan literasi keuangan, dan mendorong inklusi keuangan bagi masyarakat.

Menurut Rindi (2018), *fintech* harus memenuhi kriteria yang ditetapkan dalam pasal 3 peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 tentang teknologi finansial, yaitu:

1. Memiliki sifat inovatif dalam pengembangannya.
2. Memberikan dampak pada produk, layanan, teknologi, atau model bisnis keuangan yang telah ada.
3. Memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat.
4. Dapat diterapkan dan diakses secara luas.
5. Memenuhi kriteria tambahan yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia.

Penggunaan *fintech* dalam islam disebutkan dalam potongan QS. Al-Baqarah ayat 185, sebagai berikut:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

Artinya: "Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesulitan."

Dari ayat tersebut dapat diketahui bahwasanya islam menginginkan kemudahan dan tidak ingin memberatkan umat-Nya. Dalam tafsir Al-Jalalayn juga menyebutkan bahwa Allah memberikan kemudahan kepada umat-Nya dalam melakukan ibadah dan tidak menginginkan kesulitan. Oleh karena itu, islam selalu berupaya memberikan kemudahan kepada semua pemeluknya. Menurut Fattah *et al.*, (2022) *fintech* hadir untuk mempermudah aktivitas keuangan manusia, sehingga dapat diterapkan dalam ekonomi islam. Selain itu, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) telah mengeluarkan fatwa mengenai uang elektronik syariah serta layanan

pembiayaan berbasis teknologi, guna memastikan bahwa transaksi *fintech* tetap sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

Perkembangan teknologi dalam islam juga tersirat dalam surat Ar-Rahman ayat 33, sebagai berikut:

يَمَعَشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَتَّقُوا مِنَ أَقْطَارِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ
فَأَنْتُمْ لَا تَتَّقُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya : “Wahai segenap jin dan manusia, jika kalian berusaha menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, tembuslah. Namun, kalian tidak akan berhasil menembusnya, kecuali dengan kekuatan (dari Allah).”

Dari ayat tersebut, beberapa ahli memahami kata “Sulthan” dalam al-Qur’an dengan berbagai makna, seperti kekuatan, kekuasaan, ilmu pengetahuan, kemampuan, dan teknologi. Abdul Al-Razzaq Naufal dalam bukunya menjelaskan bahwa “sulthan” berarti ilmu pengetahuan dan teknologi. Menurutnya, manusia dapat menembus ruang angkasa jika memiliki teknologi dan pengetahuan yang cukup (Lubis, M. S. I. 2021).

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang pesat saat ini memberikan dampak dari kemajuan ilmu pengetahuan, yang menciptakan alat-alat untuk mendukung komunikasi interaktif. Kemajuan teknologi ini memudahkan kehidupan manusia dan meningkatkan kesejahteraan, sekaligus menjadi sarana untuk mencapai peran manusia sebagai hamba dan khalifah-Nya. Anugerah berupa agama dan teknologi yang diberikan Allah untuk saling melengkapi dan dinikmati oleh manusia demi kesejahteraan bersama.

2.2.4.1 Indikator *Fintech*

Menurut Kamel & Hasan (2003) indikator *financial technology* atau *fintech*, sebagai berikut:

6. Persepsi kegunaan

Presepsi kegunaan merupakan suatu ukuran tentang keyakinan bahwa penggunaan teknologi tertentu akan memberikan keuntungan bagi penggunanya.

2. Persepsi kemudahan

Presepsi kemudahan didefinisikan sebagai ukuran yang menunjukkan tingkat keyakinan seseorang bahwa komputer dapat diketahui dan dimanfaatkan secara mudah.

2.2.4.2 Faktor-Faktor *Fintech*

Faktor -faktor yang mampu memberikan pengaruh pada *financial technology* atau *fintech* (Raja & Widoatmodjo, 2020), sebagai berikut:

1. *Economic benefit*

Economic benefit mengacu pada manfaat dan kemudahan yang diperoleh pengguna, di mana biaya transaksi umumnya lebih rendah dibandingkan dengan layanan keuangan konvensional.

2. Convenience

Menurut Okazaki dan Mendez (2013), kenyamanan lebih berkaitan pada fleksibilitas dalam waktu dan tempat saat menggunakan *fintech*. Penggunaan *fintech* yang fleksibel dalam hal waktu dan tempat diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi.

3. *Trust*

Kepercayaan adalah faktor kunci dalam menentukan apakah seseorang akan menggunakan *fintech* secara teratur. *Payment gateway* yang digunakan untuk transaksi harus membangun kepercayaan pelanggan terhadap keamanan uang yang mereka serahkan untuk pembayaran dan penggunaan aplikasi pembayaran.

4. *Attitude*

Sikap atau *attitude* merujuk pada kecenderungan psikologis individu dalam menyukai suatu objek. Maka dari itu, sikap ini dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk terus menggunakan *fintech* atau tidak.

2.2.5 *Financial literacy*

Menurut Remund (2010), Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif, mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat merencanakan keuangan jangka pendek dan panjang secara optimal, mempertimbangkan kondisi ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan finansial (Alhenawi & Elkhal, 2016; Ritonga *et al.*, 2021).

Mahasiswa biasanya mendapatkan uang saku dari orang tua, yang seharusnya dapat dilakukan pengelolaan dengan baik untuk memenuhi kebutuhan paling mendesak agar kesejahteraan mereka meningkat (Kumalasari & Soesilo, 2019). Namun, seringkali mereka kesulitan mengatur pengeluaran

dan kehabisan uang sebelum akhir bulan, karena cenderung lebih memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan.

Ada beberapa faktor penyebab literasi keuangan sangat penting dimiliki oleh setiap individu, diantaranya:

1. Literasi keuangan adalah pengelolaan keuangan individu yang berlandaskan pada pengetahuan dan keterampilan.
2. Dengan beragamnya perbankan yang tersedia baik secara produk dan layanan, diperlukan sikap bijak dalam menentukan pilihan agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan menghindari potensi kerugian.
3. Tingginya tingkat literasi keuangan menjadi ukuran pada kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola uang secara efektif pada pengambilan keputusan keuangan yang tepat.

Dalam islam, literasi keuangan merujuk pada kemampuan mengelola keuangan yang didapat dari pengetahuan, pemahaman, dan penilaian informasi. Kemampuan ini mempengaruhi cara seseorang mempunyai keputusan yang lebih bijak serta efektif, sesuai dengan prinsip syariah (Yunita, I. *et al.*, 2023). Literasi keuangan memainkan peran krusial dalam pengelolaan keuangan secara efektif dan bijak, seperti yang disebutkan dalam QS. As-Zumar ayat 9.

أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ
قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ

Artinya: “apakah orang yang beribadah di malam hari dengan bersujud, berdiri, serta takut akan azab akhirat dan berharap rahmat Tuhannya lebih beruntung dari pada orang musyrik? Katakanlah (Nabi Muhammad), “apakah orang yang memiliki pengetahuan tentang hak-hak Allah sama dengan orang

yang tidak mengetahuinya?” hanya orang yang berakal sehat (ulul albab) yang mampu mengambil pelajaran dari hal ini.”

Ibnu Katsir dalam menafsirkan QS As-Zumar ayat 9 menegaskan bahwa Allah SWT membedakan antara orang yang berilmu dan yang tidak, karena hanya orang berilmu yang dapat meraih keutamaan dan manfaat dari pengetahuan tersebut. Hal ini juga berlaku dalam konteks literasi keuangan, di mana individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik mampu mengelola keuangan lebih efektif, sehingga dapat mencapai kesejahteraan hidup yang diinginkan (Norwahida, 2017).

Selain itu, dalam QS. Al-Mujadilah ayat 11 juga menekankan akan pentingnya pengetahuan, sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَاَنْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: “wahai orang-orang yang beriman, ketika kalian diminta untuk memberi ruang dalam majelis, maka berikanlah ruang, karena Allah memberikan kelapangan kepada kalian. Dan jika kalian diminta untuk berdiri, maka berdirilah, sesungguhnya Allah akan meninggikan derajat orang-orang beriman diantara kalian dan orang-orang yang diberikan ilmu beberapa tingkat. Allah maha mengetahui asta segala yang kalian kerjakan.”

Ibnu Katsir menafsirkan tentang QS Al-Mujadilah ayat 11 menegaskan bahwa pengetahuan memiliki peranan penting dalam mengangkat derajat seseorang dihadapan Allah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap Muslim perlu untuk terus mencari ilmu dan menerapkannya, karena pengetahuan dapat memperkuat iman dan mendorong pada tindakan yang baik. Dengan kata lain, literasi keuangan juga menekankan pentingnya ilmu pengetahuan, sebagaimana Allah menjanjikan

peningkatan derajat bagi orang-orang yang beriman dan berilmu di akhirat. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pengetahuan dan keterampilan keuangan untuk menganalisis informasi dan mengelola sumber daya keuangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits. Banyak negara telah mengakui pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan Indonesia pun meluncurkan gerakan nasional literasi keuangan yang mengintegrasikan prinsip syariah untuk memberikan berbagai manfaat.

1. Setiap individu dapat melakukan pemilihan serta memanfaatkan produk serta layanan keuangan syariah yang sesuai dengan kebutuhannya
2. Setiap individu mampu merencanakan keuangannya secara syariah berdasarkan ajaran islam
3. Setiap individu dapat terhindar dari investasi di instrumen yang tidak jelas
4. Setiap individu memahami manfaat dan resiko dari produk dan layanan keuangan (Dinda, N. 2020).

2.2.5.1 Indikator *Financial literacy*

Menurut Chen & Volpe (1998) ada beberapa indikator *financial literacy*, diantaranya:

1. Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi

Pengetahuan dasar adalah aspek pertama dari *financial literacy*, yang berarti kemampuan untuk memahami informasi dasar dan pengetahuan tentang keuangan pribadi.

2. Tabungan dan Pinjaman

Wawasan mengenai tabungan atau pinjaman adalah aspek kedua dalam literasi keuangan. Hal ini termasuk pemanfaatan penggunaan karu kredit oleh konsumen dalam melakukan transaksi.

3. Investasi

Pengetahuan seseorang dalam memahami tentang investasi dan segala hal yang berkaitan dengan investasi keuangn dalah apsek ketiga dalam literasi keuangan, seperti saham, obligasi, reksadana, dan lainnya.

4. Asuransi

Pengetahuan mengenai dasar tentang asuransi dan sejenisnya adalah aspek keempat dalam literasi keuangan.

2.2.5.2 Faktor-Faktor *Financial literacy*

Menurut Kotler dan Keller (2009), literasi keuangan disebabkan oleh:

1. Usia
2. Kelas Sosial
3. Jenis kelamin
4. Penghasilan
5. Pekerjaan
6. Pendidikan
7. Agama

2.2.6 *Self control*

Self control merupakan kemampuan dalam mengelola keuangan dengan bijak, termasuk menghindari pembelian impulsif serta menunda transaksi hingga melalui pertimbangan yang matang, untuk memastikan bahwa uang digunakan

dengan bijaksana dan menghindari perilaku konsumtif (Sumiarni, 2019).Kemampuan untuk mengendalikan diri juga memainkan peran penting dalam keputusan konsumsi atau manajemen keuangan. Kontrol diri dianggap sebagai kemampuan fundamental yang meningkatkan efektivitas keputusan konsumsi dengan mengurangi perilaku konsumtif (Haryana, 2020).

Tripambudi & Indrawati (2018) menyatakan bahwa *self control* menjadi aspek krusial, terutama dalam menahan godaan dan keinginan, sehingga membantu mereka bertindak secara moral sesuai dengan norma sosial. Sementara itu, Dewi *et al.* (2017) mengungkapkan bahwa *self-control* dalam pengelolaan keuangan berperan dalam mendorong individu untuk berhemat dengan mengurangi perilaku konsumtif.

Dalam prespektif islam, *self control* dikenal sebagai mujahadah an-nafs, yang berarti berjuang melawan hawa nafsu dalam diri. Hal ini tercermin dalam kisah pada zaman nabi, sahabat memberikan pertanyaan kepada Rasulullah SAW setelah perang badar, “Wahai Rasul, apakah peperangan yang lebih besar daripada ini (Perang Badar)?, Rasullullah menjawab, “Melawan hawa nafsu”. Kisah ini menunjukkan bahwa pertempuran melawan hawa nafsu dalam diri adalah perjuangan yang lebih berat dan sulit. Sebab, jika hawa nafsu menguasai manusia, mereka dapat melakukan tindakan yang melanggar norma, seperti, berkhianat, mencuri, atau bahkan berzina (Maftuhah, *et al.*, 2023).

Dan sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 45, sebagai berikut;

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ

Artinya: “mintalah pertolongan kepada Allah dengan sabar dan shalat, karena shalat hanya ringan bagi orang-orang yang khusuk.”

Tafsir QS Al-Baqarah ayat 45 pada tafsir Al-Jalalayn menekankan pentingnya meminta pertolongan kepada Allah dengan cara bersabar dan melaksanakan shalat. Ayat ini menunjukkan bahwa mengandalkan Allah adalah kunci saat menghadapi kesulitan. Sabar dalam hal ini juga berhubungan dengan *self control*, yang berfokus pada *skill* menahan keinginan dengan sesuai. Tidak semua orang memiliki kemampuan bersabar karena tidak semua individu memiliki kendali diri yang kuat. Pengendalian diri yang baik mampu menjaga stabilitas emosi, sehingga seseorang dapat tetap tenang, menerima keadaan dengan hati yang lapang, dan berserah diri kepada Allah, yang sering diartikan sebagai sabar. Dengan demikian, pengendalian diri menjadi kunci untuk mencapai ketenangan dan penerimaan dalam hidup (Maftuhah, S., & Irman, I. 2023).

Islam menekankan pentingnya pengendalian diri, sebagaimana ditegaskan oleh Nabi Muhammad SAW bahwa memerangi hawa nafsu lebih sulit daripada berjihad melawan musuh. Selain itu, Allah juga menjelaskan hal ini dalam QS Al-Mujadalah ayat 19:

إِسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطَانُ فَأَنسَاهُمْ ذِكْرَ اللَّهِ أُولَٰئِكَ حِزْبُ الشَّيْطَانِ ۗ أَلَا إِنَّ
حِزْبَ الشَّيْطَانِ هُمُ الْخَسِرُونَ

Artinya: “Setan telah mengendalikan mereka, sehingga mereka lupa untuk mengingat Allah. Mereka adalah bagian dari kelompok setan. Ketahuilah, kelompok setan itu adalah orang-orang yang akan merugi.”

Ibnu Katsir dalam tafsirnya menjelaskan bahwa ayat tersebut menjadi peringatan bagi setiap hamba Allah yang berilmu agar tidak terjerumus dalam hawa nafsu, karena siapa pun yang mengikutinya akan berada di bawah kendali setan. Setan memiliki pengaruh besar dalam menyesatkan manusia yang lalai dari mengingat Allah. Sehingga, langkah untuk menghindari godaan setan adalah dengan senantiasa berdzikir, beristigfar, dan melakukan perbuatan baik. Dengan selalu mengingat-Nya, seseorang dapat menjaga hati dan pikirannya agar tetap berada di jalan yang benar serta terhindar dari pengaruh negatif hawa nafsu (Cahaya, 2020).

2.2.6.1 Faktor yang mempengaruhi *self control*

Gufon & Risnawati (2010), menjelaskan terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *self control*, yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal sumbernya pada diri individu. Faktor ini seperti usia dan kematangan yang mempengaruhi kemampuan pengendalian diri. Ketika bertambah usia, maka kemampuan seseorang untuk mengendalikan dirinya. Begitu juga dengan kematangan, semakin dewasa seseorang, semakin mampu ia mengendalikan diri.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar individu. Keluarga, sebagai lingkungan terdekat, sebagai faktor eksternal yang memiliki pengaruh terhadap pengendalian diri. Perspektif remaja terhadap penerapan disiplin oleh

orang tua yang semakin demokratis biasanya sejalan dengan meningkatnya kemampuan mereka dalam mengendalikan diri.

2.2.6.2 Indikator *Self control*

Menurut Gufron & Risnawati (2011), terdapat beberapa indikator dari *self control*, yaitu:

1. Kontrol perilaku

Diartikan sebagai kesiapan individu dalam menghadapi situasi yang kurang menyenangkan secara langsung. Kemampuan ini mencakup dua aspek utama: pengaturan pelaksanaan, yaitu kemampuan mengendalikan tindakan, dan penyesuaian stimulus, yakni kemampuan menyesuaikan diri terhadap rangsangan dari lingkungan.

2. Kontrol kognitif

Didefinisikan sebagai kemampuan dalam mengelola informasi yang diterima tidak sesuai melalui penafsiran, mengevaluasi, serta mengaitkan suatu peristiwa dalam pola pikir yang dapat meredakan tekanan. Dalam proses evaluasi ini, individu berupaya untuk menilai atau menafsirkan situasi dengan mempertimbangkan sisi-sisi positifnya.

3. Kontrol keputusan

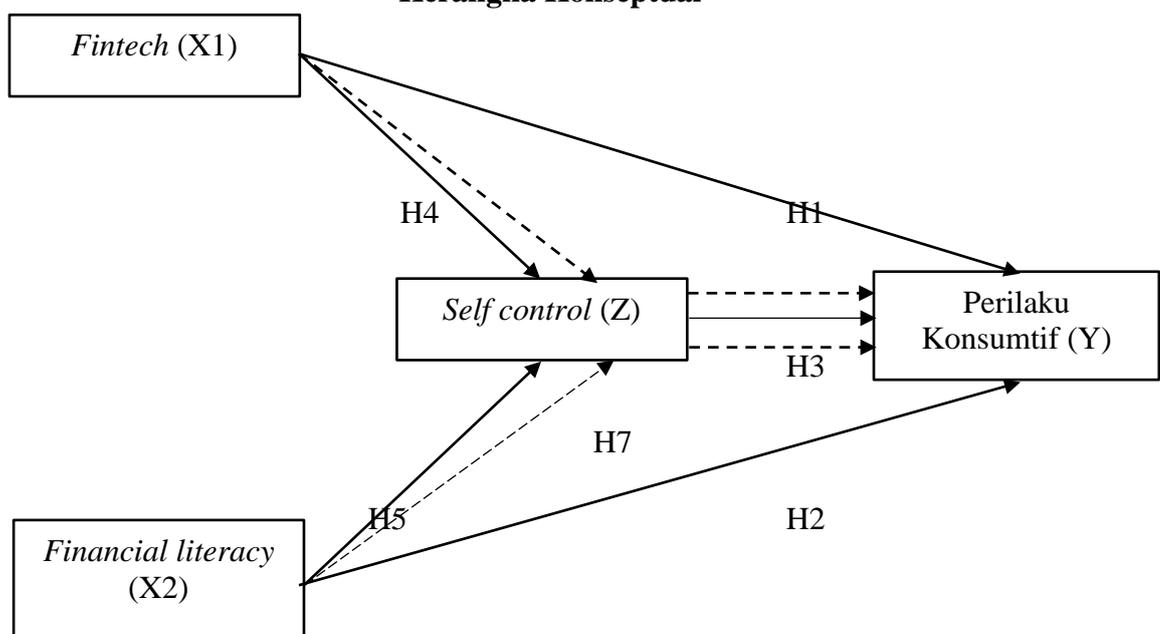
Kontrol keputusan adalah kemampuan individu untuk menentukan hasil berlandaskan keyakinan dan persetujuan pribadi. Pengendalian diri ketika mengambil keputusan akan efektif ketika seseorang memiliki

kesempatan, kebebasan, dan berbagai alternatif pilihan untuk dipertimbangkan sebelum bertindak..

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dirancang untuk menggambarkan korelasi antara berbagai variabel yang saling memengaruhi, yang akan menjadi dasar dalam menganalisis fenomena yang diteliti. Model ini mengidentifikasi elemen-elemen utama yang terkait dengan topik penelitian dan menjelaskan bagaimana variabel-variabel tersebut saling berinteraksi, baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan demikian, kerangka konseptual ini memberikan panduan dalam memahami struktur dan alur pemikiran yang mendasari penelitian ini.

Tabel 2. 3
Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Keterangan:

—————→ = Pengaruh Langsung

-----→ = Pengaruh Tidak Langsung

2.4 Hipotesis

H1 : Adanya pengaruh *Fintech* atas perilaku konsumtif

H2 : Adanya pengaruh *financial literacy* atas perilaku konsumtif

H3 : Adanya pengaruh *self control* atas perilaku konsumtif

H4 : Adanya pengaruh *Fintech* terhadap *self control*

H5 : Adanya pengaruh *financial literacy* terhadap *self control*

H6 : *Self control* memberikan pengaruh mediasi antara *Fintech* atas perilaku konsumtif.

H7 : *Self control* memberikan pengaruh mediasi antara *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Hubungan *Fintech* dengan Perilaku Konsumtif

Fintech adalah layanan keuangan yang menggabungkan teknologi untuk meningkatkan kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi (Moehadi *et al.*, 2023). Kemudahan yang ditawarkan *fintech* mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Namun, kemudahan tersebut juga dapat mendorong perilaku konsumtif yang lebih tinggi, dimana konsumen dapat kehilangan kontrol dalam belanja, kesulitan merencanakan pembelian, sehingga meningkatkan kemungkinan

terjadinya pembelian impulsif yang tidak terencana (Ranupadma & Kurniawati, 2024).

Penggunaan layanan *fintech* yang memberikan kemudahan dan kecepatan transaksi dapat membuat seseorang lebih cepat dalam melakukan pembelian. Dengan *fintech*, konsumen tidak perlu menggunakan uang tunai atau kartu fisik, melainkan cukup menggunakan ponsel untuk bertransaksi. Meski memudahkan, hal ini bisa mengurangi kontrol terhadap pengeluaran, karena seseorang mungkin kurang memperhitungkan kebutuhan sebenarnya sebelum berbelanja. Hal tersebut membuat perilaku konsumtif dapat meningkat karena *fintech* memfasilitasi belanja impulsif dan transaksi yang tidak direncanakan atau dengan kata lain penggunaan *fintech* telah mendorong individu untuk lebih konsumtif dalam berbelanja (Arianti *et al.*, 2024).

Berdasarkan penelitian Oktaviani, Sari *et al.*, (2023), Kuswanto *et al.*, (2024), Ranupadma & Kurniawati (2024), Oktaviani *et al.*, (2024), dan Sudiro & Asandimitra (2022) mendukung adanya pengaruh antara *fintech* dan perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa semakin tinggi penggunaan *fintech* dalam melakukan transaksi maka seseorang akan semakin konsumtif. Berbeda dengan penelitian dari Alfinna *et al.*, (2023) dan Astuti, W. K., & Arifin, R. (2023) membuktikan tidak adanya pengaruh antara *fintech* atas perilaku konsumtif. Adapun hipotesisnya adalah:

H1 : Adanya pengaruh antara *Fintech* atas perilaku konsumtif.

2.5.2 Hubungan *Financial literacy* dengan Perilaku Konsumtif

Financial literacy mampu mempengaruhi perilaku konsumtif (Abidza, *et al.*, 2023). *Financial literacy* merujuk pada kemampuan untuk memahami serta mengelola keuangan secara efektif, termasuk dalam memahami risiko-risiko yang terkait dengan keuangan (Oktaviani, *et al.*, 2024). *Financial literacy* juga berlandaskan pada penguasaan keterampilan dan wawasan yang membuat individu untuk mengambil keputusan secara bijak pada sumber daya keuangan yang dimiliki (HC & Gusaptono, 2021). *Financial literacy* juga memotivasi individu untuk lebih serius dalam mempertimbangkan layanan, kualitas, dan harga, serta memberikan bantuan menjadi konsumen yang lebih cerdas (Dewi *et al.*, 2017). Artinya, seseorang yang memiliki *financial literacy* yang baik akan cenderung menjadi konsumen yang lebih baik. *Financial literacy* yang rendah menunjukkan bahwa perlunya pengetahuan tentang keuangan, khususnya dalam hal merencanakan keuangan guna menjauhi tidak pentingnya pembelian (Andriani & Nugraha, 2018).

Financial literacy yang baik membuat mahasiswa lebih selektif ketika melakukan konsumsi, sehingga yang menjadi prioritas adalah kebutuhan (Dikria & Widjaja, 2016). *Financial literacy* akan membantu mahasiswa mengembangkan pola konsumsi yang lebih baik (Adibzar *et al.*, 2023). Seperti kajian Yunita *et al.*, (2023), Sari *et al.*, (2023), Sudiro & Asandimitra, (2022), Basmantra, I. N., *et al.*, (2023), dan Fauziah *et al.*, (2023) menjelaskan pengaruh antara *financial literacy* atas perilaku konsumtif. Karena dengan adanya pengetahuan dan perencanaan mampu menghindari perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian Chairirah & Siregar (2022), Pamungkas & Putri (2024), dan Alfina, F. C., *et al.*, (2023)

mengungkapkan bahwa *financial literacy* tidak memberikan pengaruh atas perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dalam penelitian ini:

H2 : *Financial literacy* memberikan pengaruh atas perilaku konsumtif.

2.5.3 Hubungan *Self control* dengan Perilaku Konsumtif

Self control adalah kemampuan untuk bijak dalam mengelola uang yang dimiliki, dengan cara menghindari pembelian impulsif dan spontan. Individu dengan *self control* cenderung menunda pembelian dan mempertimbangkan secara matang agar uang dapat digunakan sesuai kebutuhan, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif (Sumiarni, 2019). Setiap individu mempunyai sistem yang berfungsi untuk mengatur dan mengarahkan perilaku mereka atau disebut dengan *self control*, dengan *self control* ini mahasiswa dapat menahan keinginan yang berlebihan yang muncul didalam diri mereka (Ghufron & Suminta, 2017).

Penelitian dari Siallagan *et al.*, (2021), Sari & Irmayanti (2021), Lubis *et al.*, (2020), dan Chairirah & Siregar (2022) membuktikan dalam kajiannya mengenai *self control* yang memberikan pengaruh atas perilaku konsumtif. Individu dengan kemampuan pengendalian diri yang baik dapat meurunkan perilaku konsumtif. Berbeda dengan penelitian Lamayan *et al.*, (2022) dan Izazi *et al.*, (2020) yang mengungkapkan *self control* tidak memberikan pengaruh atas perilaku konsumtif. Maka, hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Terdapat pengaruh antara *self control* dengan perilaku konsumtif

2.5.4 Hubungan *Fintech* dengan *Self control*

Individu biasanya mengeluarkan lebih banyak uang saat menggunakan *cashless* dibandingkan dengan uang tunai, oleh karena itu pengeluaran uang dengan

uang tunai dapat lebih terkontrol dari pada saat menggunakan *cashless*. Hal ini mendorong individu untuk memilih uang tunai dengan memfilterisasi pengeluaran. *E-money* dipandang dapat menaikkan risiko kehilangan kontrol pada pengeluaran dan dapat memicu pembelian impulsif. Semakin mudahnya transaksi menggunakan *E-money* dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, sehingga sangat penting bagi mahasiswa untuk memiliki *self control* yang baik agar terhindar dari perilaku konsumtif (Lamayan *et al.*, 2022).

Berdasarkan penelitian Lamayan *et al.*, (2022), Rohmah, R.A.N, (2023), Dewi *et al.*, (2021) menyatakan pengaruh *Fintech* terhadap *self control*. Penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara perkembangan *fintech* dan kemampuan seseorang dalam mengendalikan diri. Maka dari itu, hipotesis dari penelitiannya:

H4 : Terdapat pengaruh *Fintech* terhadap *self control*

2.5.5 Hubungan *Financial literacy* dengan *Self control*

Literasi keuangan mencakup kemampuan dalam mengambil keputusan *financial* yang tepat, berkomunikasi secara jujur tentang uang dan mengatasi tantangan keuangan, mempersiapkan masa depan, serta beradaptasi secara efektif atas perubahan hidup yang memicu keputusan keuangan kondisi ekonomi secara umum (Yunita *et al.*, 2023). Pemahaman literasi keuangan menjadi kebutuhan utama bagi setiap orang dalam menghindari masalah keuangan, dan kepentingannya semakin meningkat seiring berjalannya waktu. Pemahaman keuangan yang baik akan meningkatkan perilaku keuangan sejak dini dan mendukung individu dalam mencapai target keuangan. Tingginya pengetahuan seseorang tentang literasi

keuangan, semakin baik seseorang dalam mengendalikan dirinya. Sebaliknya jika pengetahuan keuangan rendah, mahasiswa cenderung kehilangan kontrol dan sulit menghindari hal-hal yang dapat merugikan diri sendiri (Chairiah & Siregar, 2022).

Berdasarkan penelitian Chairiah & Siregar (2022) dan Izazi *et al.*, (2020) menyatakan bahwa adanya pengaruh antara *financial literacy* dengan *self control*. Penelitian ini menunjukkan semakin baik *financial literacy* seseorang, semakin efektif individu dalam mengendalikan diri, terutama dalam pengambilan keputusan finansial dan mengelola keuangan pribadi. Adapun hipotesis penelitian ini yaitu:

H5 : *Financial literacy* membesrikan pengaruh ata *self control*

2.5.6 Hubungan *Fintech* dengan Perilaku Konsumtif dimesiasi *Self control*

Kemudahan dalam menggunakan *Fintech* dapat mendorong perilaku konsumtif seseorang, oleh karena itu, diperlukan pngendalian diri dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhan, agar sesorang dapat menghindari perilaku konsumtif. Kemudahan dalam bertansaksi dapat memberikan dampak negatif, yaitu perilaku konsumtif di antara mahasiswa. Sehingga, mahasiswa harus mempunyai kontrol diri agar dapat menekan perilaku konsumtif yang berpotensi memicun masalah keuangan kedepannya. (Dewi *et al.*, 2021).

Studi oleh Lamayan *et al.*, 2022 membuktikan bahwa *self control* dapat memediasi hubungan yang terjadi pada *e-money* dan perilaku konsumtif. Sehingga, tingginya kontrol diri cenderung menggunakan *e-money* hanya untuk kebutuhan penting. Penelitian oleh Dewi *et al.*, 2021) yang secara umum juga dikatakan bahwasanya seseorang yang kuat, mampu mengendalikan tindakannya untuk menghindari perilaku konsumtif. Tetapi berdasarkan penelitian Rohmah, R. A. N,

(2023) menyatakan bahwa *self control* tidak memberikan peran mediasi dalam memediasi antara *e-wallet* dan perilaku konsumtif. Berdasarkan pemaparan tersebut, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

H6 : Terdapat peran mediasi *self control* yang mempengaruhi antara *Fintech* dengan perilaku konsumtif.

2.5.7 Hubungan *Financial literacy* dengan Perilaku Konsumtif dimediasi *Self control*

Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu dalam mengelola keuangannya secara bijak, termasuk dalam menyusun anggaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta merencanakan keuangan jangka panjang. Dengan pemahaman yang memadai, mereka dapat menjaga kontrol diri dalam pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif. Sebaliknya, individu dengan rendahnya literasi keuangan sering kali kurang memahami pentingnya perencanaan keuangan, sehingga lebih rentan untuk menggunakan uang secara tidak terkendali. Mereka cenderung menghabiskan uang tanpa pertimbangan matang, lebih mudah tergoda oleh dorongan emosional dalam berbelanja, dan mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi, yang pada akhirnya dapat berdampak pada ketidakstabilan finansial, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif karena kurangnya *self control* (Dikria & Minarti, 2016). Sebaliknya, menurut Sari (2019) *self control* memberikan negative efek terhadap perilaku konsumtif, ketika kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri berkurang, maka perilaku konsumtifnya cenderung meningkat.

Berdasarkan penelitian Chairiah & Siregar (2022) menyatakan bahwa seseorang dengan *financial literacy* yang baik dapat melakukan pengelolaan pengeluaran untuk memenuhi kehidupannya dengan adanya kontrol diri. Kontrol diri yang sefektif akan mengurangi konsumsi yang berlebihan, sehingga dapat mencegah perilaku konsumtif. Hal itu juga selaras dengan penelitian dari Izazi et al., (2020) dan Halimatussakdiyah (2019), *self control* dapat memediasi variabel literasi keuangan atas perilaku konsumtif. Hipotesis penelitiannya sebagai berikut
H7 : Adanya pengaruh antara *financial literacy* dengan perilaku konsumtif yang dimediasi oleh *self control*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode kuantitatif dengan pendekatan positivisme, yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara objektif. Data dikumpulkan dari sampel atau populasi tertentu melalui instrumen seperti kuesioner, dan kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik. Analisis kuantitatif ini dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, sehingga hasil penelitian dapat disajikan secara terukur dan dapat digeneralisasi (Sugiyono, 2018). Studi ini termasuk dalam kategori *explanatory research*, yang menurut Sugiyono (2018) yang memiliki tujuan menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian serta pengaruh yang terjadi di antara variabel tersebut.

Dalam analisisnya, metode kuantitatif menggunakan pendekatan statistik dan berfokus pada pengujian hipotesis. Tujuannya adalah untuk mengukur data serta menerapkan analisis statistik dalam proses pengelolaannya. Salah satu karakteristik utama pendekatan ini adalah penggunaan sampel berukuran besar serta pengumpulan data yang terstruktur.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di Malang dengan mahasiswa PTN Malang sebagai subjek penelitian, yang terdiri dari 4 PTN yaitu meliputi Universitas Islam Negeri Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, dan Politeknik Negeri Malang dengan berfokus pada penelitian Pengaruh *Fintech* dan *Financial literacy* atas Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee dengan *Self control*

sebagai mediasi. Peneliti ingin mengetahui pengaruh *Fintech* dan *financial literacy* atas perilaku konsumtif melalui *self control* sebagai variabel mediasi dalam belanja *online E-commerce* shopee di Mahasiswa PTN Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian merujuk pada sekumpulan individu, objek, atau entitas yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus kajian guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi (Sugiyono, 2013). Populasi mencakup seluruh elemen yang relevan dengan tujuan penelitian, sehingga pemilihannya harus dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian terhadap variabel yang diteliti. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang digunakan terdiri dari mahasiswa yang terdaftar di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Malang. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansinya dengan perilaku konsumtif dalam transaksi *online*, khususnya pada platform *e-commerce* Shopee (Suwarjeni, 2015).

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu agar dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, sampel terdiri dari mahasiswa yang terdaftar di beberapa PTN di Malang, yaitu Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang), Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), dan Politeknik. Kriteria pemilihan sampel mencakup mahasiswa yang telah melakukan transaksi di Shopee, sehingga data yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai perilaku konsumtif mereka dalam penggunaan *e-commerce*. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode yang memastikan

keterwakilan populasi secara proporsional agar hasil penelitian dapat dianalisis dengan baik dan memiliki validitas yang tinggi.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel didefinisikan sebagai proses pengambilan data jumlah populasi yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik yang diinginkan dari populasi (Duryadi, 2021). Dalam penelitian ini, ukuran sampel dan populasi tidak dapat diketahui dengan pasti. Oleh karena itu, ukuran sampel ditentukan berdasarkan teori Malhotra *et al.* (2020), yang mengatakan jumlah pengamatan (ukuran sampel) minimal harus empat hingga lima kali lipat dari jumlah item yang dianalisis. Sehingga rumus yang digunakan yaitu:

$$n = \text{jumlah item} \times 5$$

$$n = 25 \times 5$$

$$n = 125 \text{ responden}$$

Dari penjumlahan tersebut diperoleh total 125 responden dari 4 PTN Malang, sehingga setiap PTN memiliki rata-rata 31,25 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 32 responden per-PTN dengan total 128 responden.

Tabel 3. 1

Sampel Penelitian

| No | Nama PTN Malang | Presentase | Jumlah Sampel Per-PTN |
|--------------|---------------------------|------------|-----------------------|
| 1. | UIN Malang | 25% | 32 |
| 2. | Universitas Brawijaya | 25% | 32 |
| 3. | Universitas Negeri Malang | 25% | 32 |
| 4. | Politeknik Negeri Malang | 25% | 32 |
| TOTAL | | 100% | 128 |

Sumber : Sugiyono, 2013

Dalam menentukan dan mengambil sampel, perhitungan dalam menetapkan total sampel penelitian ini. Kriteria yang ditetapkan dalam penambilan sampel, yaitu:

1. Mahasiswa PTN Malang
2. Sudah mempelajari mata kuliah keuangan
3. Telah melakukan transaksi di *E-commerce* Shopee minimal satu kali.

3.5 Data dan Jenis Data

Ada dua jenis data dalam penelitian ini yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017), data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama oleh peneliti, tanpa melalui perantara, dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara spesifik. Data primer memiliki keunggulan dalam hal keakuratan dan relevansi karena dikumpulkan langsung dari responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Penggunaan data primer memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang terkini, sesuai dengan fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, data primer umumnya diperoleh melalui survei, wawancara, atau eksperimen, tergantung pada metode pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa di beberapa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Malang. Kuesioner ini berisi pertanyaan yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder bagain dari data primer yang sudah diproses dan disajikan dalam berbagai format, seperti tabel, diagram, atau laporan. Data ini dapat disusun oleh pihak yang mengumpulkan data primer maupun pihak lain yang memanfaatkannya untuk analisis lebih lanjut. Data sekunder sering digunakan untuk mendukung penelitian dengan menyediakan informasi tambahan yang relevan, menghemat waktu, serta memungkinkan perbandingan atau tren analisis berdasarkan data yang telah tersedia (Husein Umar, 2013).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2018), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pengalaman atau pendapat mereka. Teknik ini dianggap efisien ketika peneliti telah memahami dengan jelas variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.

Tabel 3. 2

Kriteria Skor Kuesioner

| Pilihan | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

| | |
|---------------|---|
| Tidak Setuju | 2 |
| Netral | 3 |
| Setuju | 4 |
| Sangat Setuju | 5 |

Sumber : Sugiyono, 2013

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan deskripsi dari variabel yang akan diteliti dengan menentukan metode pengukuran yang spesifik. Dalam penelitian ini, terdiri dari beberapa variabel, sebagai berikut:

1. Variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya disebabkan oleh variabel independen. Variabel dependen yang diteliti adalah yaitu perilaku konsumtif (Y).
2. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen dalam suatu penelitian. Variabel ini berperan sebagai faktor yang dapat dikendalikan atau dimanipulasi untuk melihat dampaknya terhadap hasil penelitian (Pasaribu *et al.*, 2022). Adapun variabel pada penelitian ini adalah *fintech* sebagai X1 dan *financial literacy* sebagai (X2).
3. Variabel intervening adalah variabel yang berperan sebagai penghubung antara variabel independen dan dependen, yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan keduanya, meskipun tidak dapat diamati secara langsung. Dalam penelitian ini, variabel mediasi yang digunakan adalah *self control* (Z).

Tabel 3. 3

Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Indikator | Item |
|--|--|--|
| <i>Fintech</i> (X1) Kamel & Hasan (2003) | Prespektif kemudahan | <i>Fintech</i> membantu dalam mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan |
| | | Fitur-fitur <i>Fintech</i> mudah dipelajari |
| | | Jarang mengalami masalah teknis atau gangguan saat memanfaatkan <i>Fintech</i> |
| | Prespektif kegunaan | Penggunaan <i>Fintech</i> sangat bermanfaat dalam mendukung pengelolaan keuangan |
| <i>Fintech</i> aman untuk digunakan dalam melakukan transaksi keuangan | | |
| <i>Financial literacy</i> (X2) Chen dan Volpe (1998) | Pengetahuan dasar keuangan sendiri | Pemahaman dasar pengelolaan keuangan penting untuk perencanaan keuangan pribadi |
| | | Setiap orang harus bisa mengelola keuangannya sendiri |
| | Tabungan dan pinjaman | Menabung menciptakan stabilitas <i>financial</i> |
| | | Hindari utang untuk keinginan semata |
| | Investasi | Berinvestasi untuk masa depan |
| | | Mengalokasikan uang untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang |
| | Asuransi | Memiliki pengetahuan tentang premi asuransi |

| | | |
|---|--------------------------|--|
| | | Asuransi kesehatan penting untuk menghindari pengeluaran besar akibat risiko kesehatan yang tidak terduga. |
| <i>Self control</i> (Z) Gufron dan Risnawati (2011) | Kontrol perilaku | Mampu mempertimbangkan dengan matang sebelum mengambil keputusan |
| | | Mampu dalam mengelola stimulus dan mengatur diri dalam berbagai keadaan |
| | Kontrol kognitif | Mampu menghindari atau menjauhi situasi yang dianggap kurang baik |
| | | Mampu mengatur emosi dan reaksi ketika menghadapi peristiwa tertentu |
| | Kontrol keputusan | Mampu mempertimbangkan sisi-sisi positif dan perspektif subjektif |
| | | Akan menghindari pengambilan keputusan pembelian secara terburu-buru |
| Perilaku Konsumtif (Y) Lina & Rosyid (1997) | Pembelian impulsif | Memikirkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian |
| | | Tidak terburu-buru membeli sesuatu ketika melihat untuk pertama kalinya |
| | Pembelian tidak rasional | Berusaha menghindari pengeluaran uang dalam jumlah besar |
| | | Mengendalikan diri saat berbelanja adalah hal yang sangat penting |
| | Pemborosan | Saya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan hanya untuk kesenangan |
| | | Mengelola uang saku dengan seefisien mungkin |

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

3.8 Analisis Data

Penelitian ini menggunakan perangkat lunak *SmartPLS* untuk menganalisis data dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. *SmartPLS* adalah alat statistik yang digunakan untuk analisis pemodelan persamaan struktural (SEM). *Software* ini memungkinkan pengujian korelasi antara variabel laten serta antara variabel laten dan pengukurannya, sehingga cocok untuk analisis data dengan sampel terbatas atau distribusi data yang tidak normal (Asbari *et al.*, 2019). Berikut kelebihan dan kekurangan dari software *SmartPLS*:

1. Kelebihan *SmartPLS*

- a) *SmartPLS* sangat efektif karena tidak ketergantungan pada banyak asumsi.
- b) *SmartPLS* mampu memodelkan banyak variabel dependen dan independen secara bersamaan.
- c) *SmartPLS* mampu menangani masalah mulikolinearitas antar variabel independen.
- d) *SmartPLS* tahan terhadap gangguan pada data maupun data yang hilang.
- e) *SmartPLS* secara langsung membentuk variabel laten independen melalui hasil perkalian silang dengan variabel respons, menghasilkan prediksi yang lebih kuat.
- f) *SmartPLS* membutuhkan jumlah sampel yang relatif kecil, menjadikan solusi ketika jumlah sampel terbatas.

2. Kekurangan *SmartPLS*

- a) *SmartPLS* dapat membaca data Excel saja pada format CSV.

Analisis ini dilakukan melalui beberapa langkah, sebagai berikut:

3.8.1 Outer Model

Outer model yaitu model pengukuran yang menjelaskan korelasi pengukuran konstruk yang telah ditentukan. Analisis ini bertujuan memastikan bahwa ukuran yang digunakan valid dan reliabel sebagai alat ukur dan untuk mendefinisikan karakteristik konstruk melalui variabel manifest (Abdillah & Jogiyanto, 2009).

3.8.1.1 Uji Validitas

1) Convergen Validity

Uji *convergent validity* mengukur nilai dari *loading factor*, di mana tingginya nilai memperlihatkan hubungan yang kuat antara indikator dan konstruk yang diukur. Dalam analisis PLS, uji *convergent validity* untuk indikator reflektif dievaluasi berdasarkan *loading factor*. Indikator reflektif dianggap valid jika memiliki korelasi $> 0,70$ dengan konstruk yang diukur. Menurut Ghozali & Latan (2014), nilai *outer loading* antara 0,50 dan 0,60 masih dapat diterima.

2) *Discriminant Validity*

Discriminant validity memastikan pengukuran dari konstruk memiliki perbedaan serta tidak mempunyai korelasi yang tinggi. Uji ini dilakukan dengan menilai *cross loading* dan membandingkan akar kuadrat AVE dengan hubungan antar

konstruk. Model dianggap baik jika akar AVE > ketimbang korelasinya dengan konstruk lain (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode untuk mengetahui konsistensi, akurasi, serta ketepatan instrumen pada sebuah konstruk. Pengujian ini dilakukan melalui dua metode utama *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*. *Cronbach's alpha* bertujuan mengetahui batas minimum reliabilitas dari sebuah konstruk, *Composite reliability* menilai keandalan indikator variabel. Sebuah variabel dianggap reliabel jika nilai *Composite reliability*-nya lebih dari 0,7, namun 0,6 dapat diterima dalam beberapa kasus. (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

3.8.2 Inner Model

Pengujian model struktural untuk menganalisis korelasi antar variabel dalam penelitian. Evaluasi ini didasarkan pada nilai *R-Square* (R^2) sebagai koefisien determinasi dan *t-values* untuk mengukur signifikansi hubungan antar konstruk. Tingginya nilai R^2 maka kemampuan dalam memprediksi dan meningkatkan efisiensi analisis (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Adapun kriteria *R-Square* yaitu:

- 1) *R-Square* 0,67 = pengaruh kuat
- 2) *R-Square* 0,33 = pengaruh sedang
- 3) *R-Square* 0,19 = pengaruh lemah

koefisien jalur (*Path Coefficient*) menunjukkan hubungan antara variabel dalam model. Nilai koefisien bisa positif dan negatif, nilai positif mengindikasikan hubungan searah, dimana peningkatan satu variabel diikuti oleh peningkatan variabel lain. sebaliknya, nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik, dimana kenaikan satu variabel disertai penurunan pada variabel.

Untuk menilai signifikansi pengaruh antar variabel, digunakan T Statistik dan P-Value. T Statistik $> 1,65$ menunjukkan signifikansi pada level 10%, sedangkan nilai diatas 1,96 menunjukkan signifikansi pada level 5%. Jika P-value kurang dari 0,5 maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel yang diuji (Duryadi, 2021).

3.8.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan melihat perbandingan t-hitung dan t-tabel yang bertujuan menilai signifikansi hubungan antar variabel. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka hipotesis diterima, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. Sebaliknya, jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, hipotesis ditolak. Nilai t-hitung diperoleh melalui proses bootstrapping menggunakan software *SmartPLS*, yang berfungsi untuk meningkatkan keakuratan estimasi dan mengatasi masalah ketidaknormalan data. Pengujian hipotesis juga dapat diketahui melalui *p-value*, di mana $p\text{-value} < 0,05$ berarti signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, evaluasi ini memastikan apakah penelitian dapat diterima secara statistik.

Koefisien jalur mengukur signifikansi dalam pengujian hipotesis. Dengan tingkat signifikansi 5%, hipotesis diterima jika t-statistik $> 1,96$. Jika t-statistik lebih kecil, hipotesis ditolak (Abdilah & Hartono, 2015).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Salah satu kota di provinsi Jawa Timur yaitu Kota Malang. Kota ini memiliki beberapa julukan, salah satunya adalah kota pendidikan. Sebagai Kota Pendidikan, Malang menjadi tujuan utama bagi pelajar dan mahasiswa dari seluruh Indonesia. Kota ini menawarkan beragam pilihan perguruan tinggi, dari yang berkelas nasional hingga internasional. Malang memiliki sekitar 62 universitas negeri dan swasta. PTN yang berada di Malang dikenal memiliki reputasi akademik yang unggul, sehingga mampu menarik minat mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Diantara bebagai perguruan tinggi, ada empat Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang menjadi favorit dan memiliki jumlah mahasiswa terbanyak, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Negeri Malang (UM), Universitas Islam Negeri Malang (UIN), dan Politeknik Negeri Malang (Polinema).

Universitas Brawijaya (UB), yang didirikan pada 11 Juli 1961 melalui surat keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 258/K/61, mendapatkan nama Brawijaya dari gelar para raja Majapahit yang memerintah pada abad ke-12 hingga ke-15. UB kemudian resmi menjadi universitas negeri pada 5 Januari 1963, berdasarkan Keputusan Presiden yang diterbitkan pada tahun yang sama. UB telah meraih Akreditasi Nasional Grade A dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) dan LAMPTKES, serta akreditasi internasional dari berbagai lembaga. Beberapa diantara akreditasi intrernasional yaitu perpustakaan UB dengan

peringkat A dari IATUL, program studi akuntansi FEB yang diakreditasi ACCA, program studi teknologi hasil pertanian oleh IFT, program studi tekno oleh IABEE serta sertifikasi dan akreditasi AUN-QA untuk berbagai program studi, serta UB menjadi anggota asosiasi Peminjaman Mutu Jaringan Universitas ASEAN.

Universitas Negeri Malang atau UM adalah perguruan tinggi dibawah naungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, serta berada dalam pembinaan Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Kampus ini berlokasi di Kota Malang serta ada juga yang di Kota Blitar. Universitas Negeri Malang (UM) awalnya didirikan sebagai Perguruan Tinggi Pendidikan Guru (PTPG) Malang pada 1 September 1954, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Pengajaran, dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 33756/Kb tanggal 4 Agustus 1954, dan resmi diresmikan pada 18 Oktober 1954. Sejak berdiri, UM berkomitmen untuk menyediakan pendidikan berkualitas melalui inovasi di bidang pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat, peningkatan mutu pendidik, serta pengembangan layanan dan fasilitas akademik, pada 2023, UM masuk dalam 10 besar perguruan tinggi terbaik nasional versi THE WUR dan diakui sebagai kampus terbaik dalam bidang keilmuan pendidikan di Indonesia oleh Scimago Institution Rankings (SIR) 2024.

Universitas Islam Negeri (UIN) Malang didirikan mengacu pada Keputusan Presiden Nomor 50 yang diterbitkan pada 21 Juni 2004. Dalam pengembangan akademiknya, universitas ini memadukan metode ilmiah seperti observasi, eksperimen, survei, dan wawancara dengan sumber ajaran islam, yaitu al-Qur'an serta Hadist, yang dikenal dengan paradigma integrasi. Sehingga pelajaran

keislaman seperti al-Qur'an, hadist, serta fiqh berperan penting dalam pendekatan ini. Selain itu, seluruh sivitas akademik diharuskan menguasai bahasa arab untuk mendalami ajaran islam dan bahasa inggris untuk memahami ilmu-ilmu modern serta mendukung komunikasi global. Saat ini, UIN Malang mempunyai 6 fakultas serta 2 program pascasarjana

Politeknik Negeri Malang (Polinema) adalah lembaga pendidikan vokasi di Malang yang menekankan metode pembelajaran inovatif serta pengembangan keterampilan yang selaras dengan kebutuhan industri, pemerintah, dan masyarakat di tingkat global. Polinema berperan aktif dalam penelitian terapan serta pengabdian kepada masyarakat, khususnya di bidang sains, teknologi, dan kesejahteraan sosial. Dalam pengelolaannya, Polinema berkomitmen menerapkan prinsip tata kelola yang baik guna memastikan manajemen pendidikan yang berkualitas. Selain itu, Polinema menekankan pentingnya lingkungan akademik yang kondusif untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, mendorong pembelajaran sepanjang hayat, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan.

Studi ini mengambil mahasiswa dari Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Kota Malang sebagai objek kajian, dengan total sampel sebanyak 124 orang. Para responden diklasifikasikan berdasarkan kategori jenis kelamin dan asal universitas masing-masing. Pengelompokan ini dilakukan untuk mempermudah analisis data terkait profil responden. Data penelitian diperoleh melalui kuisisioner yang disebarakan kepada seluruh sampel.

4.1.2 Deskripsi Responden

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase |
|---------------|------------------|------------|
| Laki-Laki | 49 | 38,3 % |
| Perempuan | 79 | 61,7 % |
| Total | 128 | 100 % |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Merujuk pada Tabel 4.1, karakteristik menurut jenis kelamin menunjukkan terdapat 49 laki-laki atau sebesar 38,3%, sedangkan perempuan berjumlah 79 orang dengan persentase 61,7%.

Tabel 4. 2

Karakteristik Berdasarkan Asal Universitas

| Nama Universitas | Jumlah Responden | Persentase |
|---------------------------------------|------------------|------------|
| Universitas Brawijaya (UB) | 32 | 25% |
| Universitas Islam Negeri Malang (UIN) | 32 | 25% |
| Universitas Negeri Malang (UM) | 32 | 25% |
| Politeknik Negeri Malang (Politeknik) | 32 | 25% |
| Total | 128 | 100% |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Merujuk pada Tabel 4.2, karakteristik asal universitas, masing-masing universitas memiliki responden yang hampir sama, yaitu Universitas Brawijaya (UB), Universitas Islam Negeri Malang (UIN), Universitas Negeri (UM), dan Politeknik Negeri Malang (Politeknik), dengan masing-masing universitas memiliki responden sebanyak 32 dengan persentasi 25%.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 4.3

Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel *Fintech*

| No. | Pertanyaan | Nilai yang diperoleh berdasarkan jawaban responden | | | | | | | | | | |
|-----|------------|--|----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------|
| | | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % | Rata-Rata |
| | | (1) | | (2) | | (3) | | (4) | | (5) | | |
| 1. | X1.1.1 | 0 | 0% | 3 | 2% | 26 | 20% | 50 | 39% | 49 | 38% | 4,13% |
| 2. | X1.1.2 | 0 | 0% | 6 | 5% | 17 | 13% | 46 | 36% | 59 | 46% | 4,23% |
| 3. | X1.1.3 | 0 | 0% | 9 | 7% | 26 | 20% | 43 | 34% | 50 | 39% | 4,05% |
| 4. | X1.2.1 | 0 | 0% | 5 | 4% | 19 | 15% | 39 | 30% | 65 | 51% | 4,28% |
| 5. | X1.2.2 | 0 | 0% | 8 | 6% | 33 | 26% | 48 | 38% | 39 | 30% | 3,92% |

Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)

Merujuk Tabel 4.3, sebaran variabel *Fintech*, indikator X1.2.2, yang berkaitan dengan keamanan *fintech* dalam transaksi keuangan, yang mana rata-rata skor terendah sebesar 3,92. Maka dari itu, sebagian besar responden merasa bahwa tingkat keamanan penggunaan *Fintech* keuangan masih dirasa kurang baik. Sebaliknya indikator X1.2.1 yang mengukur manfaat *Fintech* dalam mendukung pengelolaan keuangan memperoleh rata-rata sebesar 4,28. Sehingga dapat diketahui

bahwa responden setuju dan menilai penggunaan *Fintech* bermanfaat dalam memberikan bantuan saat melakukan pengelolaan keuangan dengan cara yang lebih efisien dan efektif.

Tabel 4. 4

Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel *Financial literacy*

| No. | Pertanyaan | Nilai yang diperoleh berdasarkan jawaban responden | | | | | | | | | | |
|-----|------------|--|----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|---------------|
| | | STS | % | TS | % | N | % | S | % | SS | % | Rata- Rata |
| | | (1) | | (2) | | (3) | | (4) | | (5) | | |
| 1. | X2.1.1 | 0 | 0% | 2 | 2% | 32 | 25% | 47 | 37% | 47 | 37% | 4,09% |
| 2. | X2.1.2 | 0 | 0% | 4 | 3% | 15 | 12% | 38 | 30% | 71 | 55% | 4,38% |
| 3. | X2.2.1 | 0 | 0% | 1 | 1% | 24 | 19% | 44 | 34% | 59 | 46% | 4,26% |
| 4. | X2.2.2 | 0 | 0% | 5 | 4% | 27 | 21% | 51 | 40% | 45 | 35% | 4,06% |
| 5. | X2.3.1 | 0 | 0% | 3 | 2% | 33 | 26% | 42 | 33% | 50 | 39% | 4,09% |
| 6. | X2.3.2 | 0 | 0% | 2 | 2% | 30 | 23% | 50 | 39% | 46 | 36% | 4,09% |
| 7. | X2.4.1 | 0 | 0% | 7 | 5% | 35 | 27% | 45 | 35% | 41 | 32% | 3,94% |
| 8. | X2.4.2 | 0 | 0% | 2 | 2% | 31 | 24% | 49 | 38% | 46 | 36% | 4,09% |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.4 melihat hasil sebaran frekuensi atas *financial literacy*, indikator X2.4.1 yang berkaitan dengan pengetahuan tentang premi asuransi mempunyai rata-rata skor terendah sebesar 3,94. Sehingga, sebagian besar responden merasa bahwa pemahaman mereka tentang premi asuransi masih kurang baik. Sementara itu, indikator X2.1.2, yang menyatakan bahwa setiap individu harus mampu mengelola keuangan sendiri, memperoleh rata-rata sebesar 4,38. Maka dari itu, mengindikasikan mayoritas responden sangat setuju dan

menganggap pentingnya keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi dengan baik..

Tabel 4. 5

Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel *Self control*

| No. | Pertanyaan | Nilai yang diperoleh berdasarkan jawaban responden | | | | | | | | | | |
|-----|------------|--|----|-----------|----|----------|-----|----------|-----|-----------|-----|---------------|
| | | STS (1) | % | TS (2) | % | N (3) | % | S (4) | % | SS (5) | % | Rata- Rata |
| 1. | Z1.1 | 0 | 0% | 5 | 4% | 23 | 18% | 54 | 42% | 46 | 36% | 4,10% |
| 2. | Z1.2 | 0 | 0% | 2 | 2% | 23 | 18% | 51 | 40% | 52 | 41% | 4,20% |
| 3. | Z2.1 | 0 | 0% | 2 | 2% | 17 | 13% | 54 | 42% | 55 | 43% | 4,27% |
| 4. | Z2.2 | 0 | 0% | 4 | 3% | 25 | 20% | 44 | 34% | 55 | 43% | 4,17% |
| 5. | Z3.1 | 0 | 0% | 2 | 2% | 25 | 20% | 50 | 39% | 51 | 40% | 4,17% |
| 6. | Z3.2 | 0 | 0% | 2 | 2% | 21 | 16% | 50 | 39% | 55 | 43% | 4,23% |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.5 sebaran *self-control*, indikator Z1.1, yang mengukur kemampuan mempertimbangkan keputusan dengan matang, di mana rata-rata skor terendah sebesar 4.10, yang menjelaskan bahwa responden merasa kemampuan ini masih perlu ditingkatkan. Sebaliknya, indikator Z2.1, yang berkaitan dengan kemampuan menghindari situasi buruk, memperoleh rata-rata 4,27, menjelaskan bahwa responden menilai kemampuan ini cukup baik dalam mendukung pengendalian diri.

Tabel 4. 6

Distribusi Frekuensi Terhadap Variabel Perilaku Konsumtif

| No. | Pertanyaan | Nilai yang diperoleh berdasarkan jawaban responden | | | | | | | | | | |
|-----|------------|--|----|-----------|----|----------|-----|----------|-----|-----------|-----|---------------|
| | | STS (1) | % | TS (2) | % | N (3) | % | S (4) | % | SS (5) | % | Rata- Rata |
| 1. | Y1.1 | 0 | 0% | 5 | 4% | 16 | 13% | 43 | 34% | 64 | 50% | 4,30% |
| 2. | Y1.2 | 0 | 0% | 4 | 3% | 22 | 17% | 37 | 29% | 65 | 51% | 4,27% |
| 3. | Y2.1 | 0 | 0% | 5 | 4% | 21 | 16% | 44 | 34% | 58 | 45% | 4,21% |
| 4. | Y2.2 | 0 | 0% | 4 | 3% | 26 | 20% | 54 | 42% | 44 | 34% | 4,08% |
| 5. | Y3.1 | 0 | 0% | 4 | 3% | 23 | 18% | 46 | 36% | 55 | 43% | 4,19% |
| 6. | Y3.2 | 0 | 0% | 2 | 2% | 21 | 16% | 50 | 39% | 55 | 43% | 4,23% |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.6 sebaran terhadap perilaku konsumtif, indikator Y2.2 yang berkaitan dengan pentingnya mengendalikan diri saat berbelanja, mempunyai rata-rata skor terendah sebesar 4,08. Data di atas menunjukkan di mana responden merasa pengendalian diri saat berbelanja masih perlu diperhatikan. Sebaliknya, indikator Y1.1, yang mengukur tentang pemikirkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian, memperoleh rata-rata skor tertinggi sebesar 4,30, yang menjelaskan responden menilai kemampuan pemikiran kebutuhan mereka sebelum melakukan pembelian sudah sangat baik.

4.1.4 Hasil Analisa Data Dengan Model Partial Least Square (PLS)

4.1.4.1 Uji Pengukuran (Outer Model)

4.1.4.1.1 Uji Validitas Konvergen (*Convergent validity*)

Convergent validity mengacu pada prinsip bahwa indikator yang mengukur konstruk yang sama harus memiliki korelasi tinggi. Dalam analisis menggunakan *Partial Least Squares* (PLS), uji *convergent validity* dilakukan untuk menilai pengukuran reflektif yang mengacu pada nilai *loading factor*. Sebuah indikator

reflektif dianggap memiliki validitas yang baik jika nilai korelasinya terhadap konstruk utama melebihi 0,70, yang menunjukkan indikator tersebut secara konsisten merepresentasikan variabel yang diukur.

Tabel 4. 7

Nilai Validitas Konvergen Sebelum Eliminasi Indikator

| Variabel | Item | Nilai | Keterangan |
|---------------------------|--------|-------|-------------|
| <i>Fintech</i> | X1.1.1 | 0,821 | Valid |
| | X1.1.2 | 0,865 | Valid |
| | X1.1.3 | 0,854 | Valid |
| | X1.2.1 | 0,862 | Valid |
| | X1.2.2 | 0,719 | Valid |
| <i>Financial Literacy</i> | X2.1.1 | 0,500 | Tidak Valid |
| | X2.1.2 | 0,670 | Tidak Valid |
| | X2.2.1 | 0,717 | Valid |
| | X2.2.2 | 0,786 | Valid |
| | X2.3.1 | 0,770 | Valid |
| | X2.3.2 | 0,809 | Valid |
| | X2.4.1 | 0,772 | Valid |
| | X2.4.2 | 0,791 | Valid |
| Perilaku Konsumtif | Y1.1 | 0,742 | Valid |
| | Y1.2 | 0,805 | Valid |
| | Y2.1 | 0,789 | Valid |
| | Y2.2 | 0,777 | Valid |
| | Y3.1 | 0,780 | Valid |
| | Y3.2 | 0,781 | Valid |
| <i>Self Control</i> | Z1.1 | 0,726 | Valid |
| | Z1.2 | 0,727 | Valid |
| | Z2.1 | 0,802 | Valid |
| | Z2.2 | 0,786 | Valid |
| | Z3.1 | 0,839 | Valid |
| | Z3.2 | 0,761 | Valid |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.7 hasil dari uji validitas konvergen ini terindikasi adanya beberapa yang dianggap tidak valid dan perlu dieliminasi , karena memiliki nilai dibawah 0,70. Indikator-indikator yang perlu dieliminasi antara lain X2.1.1 dan

X2.1.2. Setelah dilakukan eliminasi, hasil uji validitas konvergen yang telah diperbarui dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 4. 8

Nilai Validitas Konvergen Setelah Eliminasi Indikator

| Variabel | Item | Nilai | Keterangan |
|---------------------------|--------|-------|------------|
| <i>Fintech</i> | X1.1.1 | 0,821 | Valid |
| | X1.1.2 | 0,865 | Valid |
| | X1.1.3 | 0,854 | Valid |
| | X1.2.1 | 0,862 | Valid |
| | X1.2.2 | 0,719 | Valid |
| <i>Financial Literacy</i> | X2.2.1 | 0,717 | Valid |
| | X2.2.2 | 0,786 | Valid |
| | X2.3.1 | 0,770 | Valid |
| | X2.3.2 | 0,809 | Valid |
| | X2.4.1 | 0,772 | Valid |
| | X2.4.2 | 0,791 | Valid |
| Perilaku Konsumtif | Y1.1 | 0,742 | Valid |
| | Y1.2 | 0,805 | Valid |
| | Y2.1 | 0,789 | Valid |
| | Y2.2 | 0,777 | Valid |
| | Y3.1 | 0,780 | Valid |
| | Y3.2 | 0,781 | Valid |
| <i>Self Control</i> | Z1.1 | 0,726 | Valid |
| | Z1.2 | 0,727 | Valid |
| | Z2.1 | 0,802 | Valid |
| | Z2.2 | 0,786 | Valid |
| | Z3.1 | 0,839 | Valid |
| | Z3.2 | 0,761 | Valid |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Tabel 4.8 dapat diketahui *Fintech* (X1), *financial literacy* (X2), perilaku konsumtif (Y), dan *self control* (Z) menunjukkan hasil validitas konvergen dianggap valid karena memiliki *loading factor* melebihi 0,70. Dengan demikian, semua item dari setiap variabel memenuhi kriteria validitas konvergen, yang berarti instrumen yang dimanfaatkan pada penelitian ini sudah memenuhi kriteria representatif untuk mengukur variabel laten yang dimaksud.

4.1.4.1.2 Uji Diskriminan

Discriminant validity mengacu pada pengukuran antar konstruk berbeda yang harus memiliki kolerasi rendah atau tidak berkolerasi tinggi. Validitas ini dapat diuji menggunakan *cross loading*, yang mana dikatakan baik jika AVE > korelasi pada konstruk yang lain (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Tabel 4. 9

Nilai *Cross loading*

| | <i>Fintech</i> | Financial Literacy | Perilaku Konsumtif | Self Control |
|--------|----------------|--------------------|--------------------|--------------|
| X1.1.1 | 0,821 | 0,609 | 0,483 | 0,529 |
| X1.1.2 | 0,865 | 0,606 | 0,585 | 0,658 |
| X1.1.3 | 0,854 | 0,590 | 0,564 | 0,650 |
| X1.2.1 | 0,862 | 0,612 | 0,647 | 0,678 |
| X1.2.2 | 0,719 | 0,571 | 0,506 | 0,471 |
| X2.2.1 | 0,528 | 0,717 | 0,571 | 0,583 |
| X2.2.2 | 0,505 | 0,786 | 0,587 | 0,547 |
| X2.3.1 | 0,469 | 0,770 | 0,507 | 0,459 |
| X2.3.2 | 0,507 | 0,809 | 0,593 | 0,634 |
| X2.4.1 | 0,608 | 0,772 | 0,606 | 0,628 |
| X2.4.2 | 0,624 | 0,791 | 0,557 | 0,586 |
| Y1.1 | 0,511 | 0,562 | 0,742 | 0,632 |
| Y1.2 | 0,579 | 0,579 | 0,805 | 0,697 |
| Y2.1 | 0,468 | 0,573 | 0,789 | 0,627 |
| Y2.2 | 0,533 | 0,620 | 0,777 | 0,595 |
| Y3.1 | 0,510 | 0,608 | 0,780 | 0,586 |
| Y3.2 | 0,571 | 0,530 | 0,781 | 0,616 |
| Z1.1 | 0,597 | 0,650 | 0,638 | 0,726 |
| Z1.2 | 0,479 | 0,541 | 0,605 | 0,727 |
| Z2.1 | 0,580 | 0,563 | 0,633 | 0,802 |
| Z2.2 | 0,634 | 0,505 | 0,598 | 0,786 |
| Z3.1 | 0,584 | 0,582 | 0,640 | 0,839 |
| Z3.2 | 0,512 | 0,553 | 0,617 | 0,761 |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Tabel 4.9 pada hasil *cross loading* menjelaskan bahwa seluruh konstruk memiliki nilai loading tertinggi pada indikator yang mengukurnya. Untuk *fintech*, nilai loading berada dalam rentan 0,719 hingga 0,821. Konstruk *financial literacy*

memiliki nilai loading antara 0,717 hingga 0,809, sementara perilaku konsumtif berkisar antara 0,742 hingga 0,805. Konstruk *self control* memiliki loading dalam rentan 0,726 hingga 0,839. Dengan demikian, semua konstruk memenuhi kriteria *Discriminant validity* karena nilai loading tertinggi terdapat pada konstruk yang diukurnya.

4.1.4.1.3 Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 4. 10

Nilai Average Variance Extracted (AVE)

| Variabel | Average Variance Extracted (AVE) | Keterangan |
|-----------------------------|----------------------------------|------------|
| <i>Financial Technology</i> | 0,682 | Valid |
| <i>Financial literacy</i> | 0,538 | Valid |
| Perilaku Konsumtif | 0,607 | Valid |
| <i>Self control</i> | 0,600 | Valid |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10, nilai AVE mengindikasikan bahwa konstruk dalam penelitian ini memiliki model yang sesuai dengan kriteria validitas konvergen. Untuk masing-masing konstruk yaitu *fintech* sebesar 0,682, *financial literacy* sebesar 0,538, perilaku konsumtif yaitu 0,607, dan *self control* sebesar 0,600.

4.1.4.1.4 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas konstruk bertujuan untuk memastikan konsistensi, akurasi, dan ketepatan suatu instrumen. Metode yang dapat digunakan dalam pengujian ini meliputi *Cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* > 0,7, meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima pada beberapa kondisi (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Tabel 4. 11

Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite reliability

| Variabel | Cronbach's alpha | Composite reliability |
|---------------------------|------------------|-----------------------|
| <i>Fintech</i> | 0,883 | 0,894 |
| <i>Financial literacy</i> | 0,874 | 0,887 |
| Perilaku Konsumtif | 0,870 | 0,871 |
| <i>Self control</i> | 0,866 | 0,867 |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Tabel 4.11 hasil menunjukkan semua konstruk menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* > 0,70, yang mengindikasikan konsistensi internal yang baik. Konstruk *Fintech* memiliki cronsbach's alpha sebesar 0,883 dan *composite reliability* 0,894, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. *Financial literacy* memiliki cronsbach's alpha sebesar 0,874 dan *composite reliability* 0,887, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat baik. Perilaku konsumtif memiliki cronsbach's alpha sebesar 0,870 dan *composite reliability* 0,871, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. *Self control* memiliki cronsbach's alpha sebesar 0,866 dan *composite reliability* 0,867, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik. Secara keseluruhan, semua konstruk dalam model ini dianggap reliabel disebabkan mempunyai nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* >0,70.

4.1.4.2 Uji Model Structural (Inner Model)

4.1.4.2.1 Uji R-Square

Nilai R-Square bertujuan untuk mengetahui variabel independen mampu mendeskripsikan variabel dependen dalam model. Tingginya nilai R-square,

menunjukkan baiknya kemampuan model dalam melakukan prediksi (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Tabel 4. 12
Nilai R-Square

| Variabel | R-square | Presentase |
|-------------------------|----------|------------|
| Perilaku Konsumtif (Y) | 0,700 | 70,0% |
| <i>Self Control</i> (Z) | 0,622 | 62,2% |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.12 hasil dari nilai R-Square yang menjelaskan perilaku konsumtif (Y) mempunyai besaran nilai R-Square sebesar 0,700 yang berarti 70,0% variabilitas dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk yang menjadi variabel independennya. Sementara itu, variabel *self control* (Z) memiliki nilai R-Square yaitu 0,622 atau 62,2%, sehingga variabilitas dalam *self control* dapat dijelaskan oleh konstruk terkait. Nilai R-Square mencerminkan kemampuan model dalam melakukan prediksi dengan tingkat keandalan yang cukup tinggi.

4.1.4.2.2 Uji F-Square

Tabel 4. 13
Nilai Uji F-Square

| Variabel | Perilaku Konsumtif (Y) | <i>Self Control</i> (Z) |
|--------------------------------|------------------------|-------------------------|
| <i>Fintech</i> (X1) | 0,117 | 0,232 |
| <i>Financial literacy</i> (X2) | 0,007 | 0,226 |
| <i>Self control</i> (Z) | 0,351 | |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Pada Tabel 4.13, menjelaskan mengenai pengaruh *fintech* (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) termasuk kategori kecil dengan memperoleh nilai F-Square yaitu 0,117. Pengaruh *financial literacy* (X2) atas perilaku konsumtif (Y) tergolong

sangat kecil dengan nilai F-Square 0,007. Pengaruh *self control* (Z) atas perilaku konsumtif (Y) memberikan pengaruh yang besar dengan memperoleh f-square sebesar 0,351. Disisi lain, *Fintech* (X1) terhadap *self control* (Z) berada pada kategori sedang dengan nilai f-square sebesar 0,232, sedangkan *financial literacy* (X2) terhadap *self control* (Z) berada pada kategori sedang dengan nilai f-square yaitu 0,226. Maka dari itu, mengindikasikan adanya variasi tingkat pengaruh dari setiap variabel eksogen kepada variabel endogen pada model penelitian.

4.1.4.3 Uji Hipotesis

4.1.4.3.1 Uji Hipotesis (*Path Coefficients*)

Pengujian hipotesis diketahui dari pengolahan *bootstrapping*, mencakup *path coefficients*. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. 14

Nilai *Path Coefficients*

| Variabel | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|----------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| X1 -> Y | 0,076 | 0,074 | 0,094 | 0,803 | 0,422 |
| X2 -> Y | 0,301 | 0,307 | 0,085 | 3,540 | 0,000 |
| X1 -> Z | 0,422 | 0,418 | 0,084 | 5,004 | 0,000 |
| X2 -> Z | 0,428 | 0,434 | 0,078 | 5,487 | 0,000 |
| Z -> Y | 0,528 | 0,525 | 0,094 | 5,605 | 0,000 |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Tabel 4.14, menjelaskan variabel *fintech* (X1) memiliki hubungan positif terhadap perilaku konsumtif (Y), namun pengaruhnya tidak signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* (O) yaitu 0,076, nilai T statistik yaitu 0,803, serta p-value sebesar 0,422. Di sisi lain, literasi keuangan (X2) secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif (Y). Hasil ini ditunjukkan melalui nilai *original sample* (O) 0,301, nilai T statistik 3,540, dan p-value 0,000. Selain itu, *self-*

control juga secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif (Y), dengan nilai original sample (O) 0,528, nilai T statistik 5,605, serta p-value 0,000. Lebih lanjut, *fintech* (X1) secara positif memengaruhi *self-control* (Z). Hal ini didukung oleh nilai original (O) sebesar 0,422, nilai T statistik 5,004, serta p-value sebesar 0,000. Literasi keuangan juga berkontribusi terhadap peningkatan *self-control* (Z), sebagaimana ditunjukkan oleh nilai original sample (O) sebesar 0,428, nilai T statistik 5,487, serta p-value 0,000. Hasil ini mengindikasikan pengaruhnya signifikan dan positif.

4.1.4.3.2 Hasil Hipotesis Interventing

Tabel 4. 15

Uji Hipotesis Interventing

| Variabel | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics | P values |
|-----------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------|----------|
| (X1) -> (Z) -> (Y) | 0,223 | 0,219 | 0,058 | 3,827 | 0,000 |
| (X2) -> (Z) -> (Y) | 0,226 | 0,228 | 0,059 | 3,821 | 0,000 |

Sumber: Data Diolah Peneliti, (2025)

Merujuk pada Tabel 4.15, uji hipotesis intervening memberikan hasil bahwa untuk *Fintech* (X1) dengan original sample (O) sebesar 0,223 dengan T statistics yaitu 3,827 serta p-value yaitu 0,000 yang menjelaskan bahwa *fintech* (X1) secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif (Y) melalui *self control* (Z). Variabel *financial literacy* (X2) memiliki nilai *original sampel* (O) sebesar 0,226, dengan T-statistics 3,821 dan p-value 0,000. Sehingga, *financial*

literacy (X2) berkontribusi terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui peran mediasi *self-control* (Z) secara signifikan dan positif.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Fintech* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan analisis menggunakan Partial Least Squares (PLS), variabel *fintech* menunjukkan pengaruh positif atas perilaku konsumtif belanja *online* di *e-commerce* Shopee pada mahasiswa PTN Malang. Namun, dengan p-value 0,422, pengaruh ini tidak signifikan. Artinya, meskipun *fintech* cenderung meningkatkan perilaku konsumtif, efeknya tidak cukup kuat atau konsisten untuk dianggap berpengaruh secara statistik. Hal ini dapat menunjukkan bahwa faktor lain mungkin lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa dalam berbelanja *online*. Selaras dengan temuan oleh Alfinna *et al.*, (2023) yang mengungkapkan bahwa *fintech* memberikan efek positif akan tetapi tidak signifikan atas perilaku konsumtif.

Dari indikator yang mencerminkan *fintech*, seperti kemudahan dan kegunaannya dalam bertransaksi. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek kemudahan dan kegunaan dari layanan *fintech* tidak cukup mendorong mahasiswa berperilaku konsumtif. Dengan kata lain, meskipun *fintech* memberikan akses yang lebih praktis untuk melakukan transaksi, hal tersebut tidak serta merta meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam membelanjakan uang mereka.

Meskipun *fintech* memberikan efek pengaruh yang tidak signifikan atas perilaku konsumtif. Namun, penggunaan *fintech* tetap perlu dilakukan dengan

bijaksana dengan mempertimbangkan manfaat dan risikonya. Sebagaimana dalam QS. AL-Baqarah ayat 218, sebagai berikut:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ ۚ وَإِنَّهُمَا أَكْبَرُ مِمَّنْ نَّفَعِيهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ فِى الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ
اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ

Artinya: “Mereka bertanya kepada Nabi Muhammad mengenai khamar dan judi. Jawablah, “keduanya memiliki dampak buruk yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia. Namun, dampak buruknya jauh lebih besar dari manfaatnya.” Mereka juga bertanya tentang apa yang sebaiknya diinfakkan. Katakanlah, “Infakkanlah sebagian dari kelebihan harta yang kalian miliki, yang tidak kalian perlukan”. Demikian Allah menjelaskan ayat-ayat-Nya kepada kalian agar kalian dapat berpikir dengan bijaksana”.

Ayat ini mengingatkan kita untuk selalu mempertimbangkan manfaat dan resiko dalam setiap keputusan. *Fintech*, yang mempermudah transaksi keuangan memang memberikan manfaat bagi mahasiswa ataupun yang lain, tetapi penggunaannya harus dengan bijak dengan memperhitungkan potensi risiko yang akan berdampak, seperti utang untuk konsumsi yang berlebihan. Oleh karena itu, penting agar selalu menjaga keseimbangan antara manfaat yang didapat dan risiko yang mungkin terjadi.

4.2.2 Pengaruh *Financial literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Merujuk pada analisis data *financial literacy* secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online e-commerce* shopee bagi mahasiswa PTN Malang yang mengacu pada p-value yaitu 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa baiknya tingkat *financial literacy* pada mahasiswa, akan meningkat juga kemampuan untuk mengelola pengeluaran mereka dengan bijak saat berbelanja *online*. Temuan ini linear dengan kajian Yunita *et al.*,

(2023), Sari *et al.*, (2023), Sudiro & Asandimitra (2022), Basmantra *et al.*, (2023), dan Fauziah *et al.*, (2023), yang mana membuktikan juga adanya signifikansi efek antara *financial literacy* dan perilaku konsumtif. Keuangan yang baik membantu mahasiswa untuk lebih cermat dan terencana dalam mengelola keuangan. Dengan pengetahuan yang memadai, mahasiswa mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Dari indikator yang mencerminkan *financial literacy*, kemampuan setiap individu dalam mengelola keuangannya merupakan indikator yang paling dominan. Yang berarti pemahaman keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif yang tidak terkendali dan lebih fokus pada pengeluaran yang memberikan manfaat jangka panjang. Seperti penelitian dari Dikria dan Widjaja (2016) juga menyatakan pemahaman keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk menghindari perilaku konsumtif berlebihan. Selain itu Adibzar *et al.*, (2023) juga menyatakan bahwa *financial literacy* dapat membantu mahasiswa mengembangkan pola konsumsi yang lebih bijak. Pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip keuangan juga diharapkan mampu membantu seseorang mengendalikan keinginan untuk berbelanja, karena mereka menyadari pentingnya menabung dan berinvestasi. Mengajarkan *financial literacy* dianggap sebagai salah satu cara untuk membatasi kebiasaan belanja impulsif (Ningtyas, M. N., & Vania, A., 2022).

Financial literacy memiliki fungsi sebagai panduan bagi mahasiswa ataupun yang lain dalam membuat keputusan *financial* yang bijak dan bertanggung jawab. Sebagaimana dalam QS. As-Zumar ayat 9:

أَمَّنْ هُوَ قَانِتٌ آنَاءَ اللَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ ۗ

قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ

Artinya: “apakah orang yang beribadah di malam hari dengan bersujud, berdiri, serta takut akan azab akhirat dan berharap rahmat Tuhannya lebih beruntung dari pada orang musyrik? Katakanlah (Nabi Muhammad), “apakah orang yang memiliki pengetahuan tentang hak-hak Allah sama dengan orang yang tidak mengetahuinya?” hanya orang yang berakal sehat (*ulul albab*) yang mampu mengambil pelajaran dari hal ini.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan keistimewaan kepada orang-orang yang berilmu karena mampu memanfaatkan pengetahuannya untuk kebaikan dalam mengelola keuangan secara efektif demi tercapainya kesejahteraan hidup. Dalam islam juga mengajarkan bahwa *financial literacy* harus selaras dengan nilai-nilai syariah, seperti menjauhi perilaku boros dan pola konsumtif yang berlebihan. Prinsip zuhud mendorong umat untuk hidup sederhana, terencana, dan bijaksana dalam menggunakan sumber daya. Bagi mahasiswa, *financial literacy* yang baik membantu mengelola pengeluaran, membentuk pola konsumsi yang bijak, dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan tanggung jawab spiritual.

4.2.3 Pengaruh *Self control* Terhadap Perilaku Konsumtif

Merujuk pada temuan studi ini, *self control* atas perilaku konsumtif memberikan efek positif serta signifikan atas *online e-commerce* shopee pada mahasiswa PTN Malang yang mengacu pada p-value yaitu 0,000. Sehingga dapat diketahui, tingginya kemampuan individu dalam mengendalikan dirinya, akan memperkecil kemungkinan mahasiswa untuk terlibat atas perilaku konsumtif yang berlebihan. .

Sejalan dengan kajian temuan oleh Siallagan *et al.*, (2021), Sari & Irmayanti (2021), Lubis *et al.*, (2020), dan Chairirah & Siregar (2022), mengungkapkan *self control* mempengaruhi perilaku konsumtif. Penelitian oleh Dewi *et al.* (2021) juga menegaskan akan pentingnya peran *self control* dalam mengatur perilaku konsumtif. Dalam berbelanja *online* mahasiswa dengan tingkat *self control* yang tinggi mampu menahan keinginan yang berlebihan dan lebih cermat serta bertanggung jawab dalam membuat keputusan *financial*. Pengendalian diri berperan dalam memberikan bantuan kepada individu untuk mendapatkan kesuksesan dalam jangka yang panjang (Syariifah, E. N., & Yuliana, I., 2023).

Self control tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme internal dalam mengatur perilaku, tetapi juga sejalan dengan prinsip islam yang menekankan akan pentingnya menjaga diri sari hawa nafsu. Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa mengendalikan hawa nafsu adalah bentuk jihad besar, bahkan lebih berat dibandingkan dengan berperang melawan musuh, sebagaimana dalam QS. Al-Mujadalah ayat 19, sebagai berikut:

اسْتَحْوَذَ عَلَيْهِمُ الشَّيْطَانُ فَأَنسَاهُمْ ذِكْرَ اللَّهِ أُولَٰئِكَ حِزْبُ الشَّيْطَانِ
أَلَا إِنَّ حِزْبَ الشَّيْطَانِ هُمُ الْخَسِرُونَ

Artinya: “Setan telah mengendalikan mereka, sehingga mereka lupa untuk mengingat Allah. Mereka adalah bagian dari kelompok setan. Ketahulah, kelompok setan itu adalah orang-orang yang akan merugi”

Dalam ayat tersebut Allah SWT mengingatkan bahwa setan dapat menguasai seseorang hingga melupakan-Nya, sehingga siapa pun yang mengikuti hawa nafsunya akan tergolong dalam golongan setan dan merugi. Dalam hal ini, islam mengajarkan pentingnya berdzikir, beristighfar, dan melakukan kebaikan.

Dalam konteks konsumsi, kemampuan untuk mengendalikan diri membantu mahasiswa menahan godaan berbelanja berlebihan. Dengan senantiasa mengingat Allah dan menjalankan nilai-nilai islam, membuat keputusan yang lebih bijaksana, mengatur keinginan, dan kebutuhan dengan lebih baik, sehingga hidup menjadi lebih terarah dan mendapat keberkahan dari Allah.

4.2.4 Pengaruh *Fintech* Terhadap *Self control*

Berdasarkan pada hasil penelitian, variabel *Fintech* mempunyai pengaruh dengan efek positif serta signifikan terhadap *self control* yang merujuk pada p-value yaitu 0,000. Sehingga dapat diketahui, kegiatan transaksi *Fintech* dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi berlebih, maka dari itu, baiknya kontrol diri dapat dihindari hal tersebut atau sama halnya dengan mahasiswa perlu meningkatkan pengendalian diri dalam menggunakan *Fintech* agar dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya, untuk mempermudah transaksi maupun agar terhindar dari dampak negatif yang mungkin akan timbul.

Sesuai dengan temuan yang sudah dilakukan Lamayan *et al.*, (2022), Rohmah, R.A.N (2023), dan Dewi *et al.*, (2021), yang membuktikan adanya hubungan antara penggunaan *Fintech* dan kemampuan individu dalam mengontrol perilakunya. *Fintech* seperti *e-money* atau yang lain mempermudah berbagai transaksi, namun disisi lain, juga meningkatkan potensi kehilangan kontrol terhadap pengeluaran. Berdasarkan penelitian Lamayan *et al.*, (2022) juga mengatakan kebiasaan konsumtif seseorang dapat dipengaruhi oleh kemudahan dalam menggunakan *e-money*, sehingga dibutuhkan pengendalian

diri dalam membeli barang sesuai dengan kebutuhan supaya tidak terjadi dari perilaku konsumtif. Sebagaimana dalam QS. Al-Isra ayat 27, sebagai berikut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “*Sesungguhnya orang-orang yang boros adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkat kepada tuhan nya.*”

Dalam firman Allah tersebut menegaskan akan pentingnya pengendalian diri agar kemudahan yang diberikan *Fintech* tidak mendorong untuk berbelanja berlebihan. Teknologi seperti *e-money* dan aplikasi pembayaran digital memang memberikan kemudahan dalam transaksi, tetapi tanpa pengelolaan yang bijak, dapat memicu pengeluaran yang tidak terkendali. Oleh karena itu, *self control* menjadi kunci untuk memastikan bahwa *Fintech* dapat digunakan secara optimal untuk kebutuhan semata.

4.2.5 Pengaruh *Financial literacy* terhadap *Self control*

Berlandaskan pada hasil pengujian, membuktikan indikasi pengaruh yang positif serta signifikan antara *financial literacy* atas *self control* yang mengacu pada p-value 0,000. Maka dari itu, tingginya pemahaman tentang *financial literacy* semakin efektif mereka dalam mengontrol diri, terutama dalam membuat keputusan keuangan dan mengatur keuangan pribadi. Hal tersebut selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Chairirah & Siregar (2022) dan Izazi *et al.*, (2020) mengungkapkan adanya hubungan antara *financial literacy* dengan *self control*. Semakin baik pemahaman seseorang mengenai keuangan, semakin besar kemampuan untuk menahan diri dalam pengeluaran dan menghindari keputusan yang tidak bijak.

Kemampuan *financial literacy* merupakan aspek yang mendasar yang dibutuhkan setiap mahasiswa dalam menghindari masalah keuangan, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi saat ini. Tingkat *financial literacy* juga dipengaruhi oleh pendapatan yang diterima, tingginya *financial* cenderung mampu melakukan pengelolaan keuangan secara baik dan dapat mengontrol dirinya, begitupula sebaliknya. Chairirah & Siregar (2022) menyatakan pengetahuan *financial* membantu mengontrol dirinya untuk terhindar dari hal-hal yang merugikan baginya. Sebagaimana yang tertera dalam QS. Al-Furqan ayat 67, sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “orang-orang ketika berinfak, tidak melakukannya dengan berlebihan maupun dengan sifat kikir, melainkan secara seimbang di antara keduanya”.

Ayat ini menjelaskan akan pentingnya keseimbangan dalam mengelola harta, agar tidak bersikap berlebihan dan tidak juga terlalu perlit. Dalam hal *financial literacy*, pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan membantu untuk mengelola keuangan secara bijak, menghindari konsumsi berlebihan, dan tetap menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan tabungan. Ayat ini juga menekankan akan pentingnya *self control* dalam mengelola keuangan, yang membantu seseorang untuk tidak terjebak dalam perilaku konsumtif dan menjaga stabilitas keuangan pribadi.

4.2.6 Pengaruh *Fintech* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Self control*

Berdasarkan pada hasil penelitian, variabel *fintech* secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif melalui *self control* dengan p-value 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin berkembang *financial*

technology atau *fintech*, dapat mempengaruhi kemampuan individu dalam mengelola perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa. Mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi biasanya memanfaatkan *fintech* untuk keperluan pokok, seperti membayar uang kuliah atau kebutuhan primer, sehingga dapat menghindari kebiasaan konsumtif yang tidak terkendali. Sesuai dengan studi Lamayan *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa seseorang dengan kontrol diri yang bagus lebih cenderung menggunakan *fintech* untuk kebutuhan utama.

Penelitian dari Dewi *et al.*, (2021) juga menjelaskan bahwa *self control* sangat penting sebagai mediasi hubungan dalam menggunakan *e-money* dan perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan *self control* yang tinggi mampu menggunakan *e-money* secara bijaksana dan hanya untuk kebutuhan yang benar-benar diperlukan. Dengan demikian *e-money* dapat digunakan secara bijaksana dan dapat digunakan semestinya. Mahasiswa yang mampu mengendalikan dorongan untuk berbelanja secara impulsif lebih fokus pada pengeluaran yang sesuai dengan prioritas, sehingga risiko perilaku konsumtif dapat diminimalkan.

Dalam perspektif islam, pengelolaan keuangan yang bijaksana sangat ditekankan. Sebagaimana QS. Al-Isra ayat 29, sebagai berikut:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا

Artinya: “Janganlah kamu terlalu membatasi dirimu dalam pengeluaran dan jangan pula berlebihan, karena itu akan membuatmu terjerat dalam keadaan yang tercela dan penuh penyesalan”.

Ayat ini mengingatkan untuk selalu menjaga keseimbangan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam mengelola keuangan. Dalam

kaitannya dengan *fintech*, meskipun teknologi ini mempermudah transaksi, penting untuk menghindari pengeluaran yang tidak terkontrol. Dengan pengendalian diri yang baik, seseorang memanfaatkan kemudahan *fintech* secara bijak serta menjauhi perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan kerugian di masa depan.

4.2.7 Pengaruh *Financial literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *Self control*

Berlandaskan hasil pengujian dan pengolahan data, membuktikan adanya pengaruh yang positif serta efek signifikan antara *financial literacy* atas perilaku konsumtif melalui *self control* yang merujuk pada p-value yaitu 0,000. Oleh karena itu, baiknya pemahaman individu mengenai keuangan, maka menjadikan efektif pula pengendalian diri mahasiswa terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan temuan dari Izazi *et al.*, (2020) dan Halimatussakdiyah (2019), yang menemukan bahwa *financial literacy* berperan penting dalam meningkatkan kemampuan kontrol diri, yang memberikan efek atas pengurangan perilaku konsumtif.

Temuan kajian dari Chairirah & Siregar (2022) juga menyatakan bahwa kemampuan *self control* individu dapat memberikan pola pemikiran yang membantu pada mengendalikan diri serta memberikan dampak positif untuk kedepannya. Dengan demikian, hal tersebut dapat mencegah terjadinya pembelian yang berlebihan. Baiknya *self control* dapat membantu meminimalisir konsumsi yang terlalu berlebih, sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalkan.

يَبْنِيَّ اَدَمَ خُدُوَا زِيْنَتَكُمَّ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوَا وَاشْرَبُوَا وَلَا تُسْرِفُوَا ﴿٦٩﴾

اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “makanlah dan minumlah tetapi jangan berlebihan, karena Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan.”

Mengajarkan pentingnya *financial literacy* yang mendorong individu untuk membuat keputusan *financial* yang bijaksana dan perilaku konsumtif yang berlebihan. Dengan adanya *self control*, seseorang dapat mengelola pengeluarannya dengan hati-hati, memastikan bahwa setiap pembelian adalah untuk kebutuhan yang benar benar penting. Baiknya *self control* dapat memberikan bantuan individu untuk menjauhi pembelian impulsif yang bisa membebani keuangan dan mendukung pengelolaan keuangan yang lebih stabil dan terencana.

BAB V

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini dengan judul Pengaruh Fintech dan *Financial literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online E-commerce* Shopee dengan *Self control* sebagai Mediasi Mahasiswa PTN Malang sebagai berikut:

1. *Fintech* secara positif dan tidak signifikan memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online e-commerce* shopee mahasiswa PTN di Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun terdapat kecenderungan hubungan positif, *fintech* tidak secara signifikan mendorong perilaku konsumtif. *fintech* memberikan akses yang lebih praktis untuk melakukan transaksi, hal tersebut tidak serta merta meningkatkan kecenderungan mahasiswa dalam membelanjakan uang mereka.
2. *Financial literacy* secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online e-commerce* shopee mahasiswa PTN di Malang. Temuan ini memuktikan bahwa baiknya tingkat *financial literacy* mahasiswa, maka besar juga kehandalan untuk mengelola pengeluaran mereka dengan bijak saat berbelanja *online*, sehingga dapat terhindar dari perilaku konsumtif.
3. *Self control* secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif belanja *online e-commerce* shopee mahasiswa PTN Malang. Temuan ini membuktikan tingginya kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan

dirinya, semakin kecil kemungkinan mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang berlebihan.

4. *Fintech* mempunyai pengaruh yaitu efek positif dan signifikan atas *self control* Mahasiswa PTN Malang. Temuan ini membuktikan bahwa meski *Fintech* mempermudah berbagai transaksi, mahasiswa dengan *self control* yang kuat dapat menggunakan layanan tersebut sebagaimana mestinya dan tidak tergoda untuk melakukan konsumsi yang berlebihan.
5. *Financial literacy* mempunyai pengaruh yaitu efek positif dan signifikan atas *self control* mahasiswa PTN Malang. Temuan ini menjelaskan bahwa tingginya pemahaman mahasiswa tentang *financial literacy* semakin efektif mereka dalam mengontrol diri, terutama dalam membuat keputusan keuangan dan mengatur keuangan pribadi agar tidak mengonsumsi sesuatu secara berlebihan.
6. *Fintech* mempunyai pengaruh yaitu efek positif dan signifikan atas perilaku konsumtif melalui *self control* mahasiswa PTN Malang. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin berkembang *financial technology* atau *Fintech*, dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan kontrol diri yang tinggi biasanya menggunakan *Fintech* untuk keperluan yang pokok.
7. *Financial literacy* secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif melalui *self control* mahasiswa PTN Malang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman mahasiswa tentang keuangan, semakin efektif pula pengendalian diri mahasiswa terhadap perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Dari hasil pada penelitian ini menimbulkan rekomendasi atau saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa

Dalam meningkatkan pemahaman akan *financial literacy* agar dapat mengelola keuangan secara lebih bijaksana. Selain itu, memiliki kemampuan *self control* yang baik sangat penting agar mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif yang tidak diperlukan, terutama dalam aktivitas belanja *online*. Dalam memanfaatkan *Fintech*, mahasiswa perlu menggunakan layanan *fintech* secara bijak dan sesuai kebutuhan, dengan mempertimbangkan manfaat dan risiko didapat.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya, dapat memperdalam lagi penelitian melalui jumlah sampel penelitian yang lebih luas agar hasilnya representatif dan mencerminkan populasi. Kemudian, dapat menambah variabel b yang berkaitan dengan problem saat ini. Sehingga, penelitian ini dapat berkontribusi yang lebih baik dalam ranah akademik maupun praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah dan Hartono, Partial Least Square (PLS) (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015), 197.
- Abdillah, W. & Jogiyanto. (2015). Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Andi
- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 7(2).
- Aeni, Eni Nur. 2019. Pengaruh *Onlineshop* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi
- Ajzen, I. (2002a). Behavioral Interventions Based on the Theory of Planned Behavior. *Research Policy*, 2011, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2007.07.006>
- Ajzen, I.1991. The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179-211.
- Alfinna, F. C., Purwidiyanti, W., Handayani, E., & Endratno, H. (2023). Consumptive Behavior: Are *Financial literacy*, Electronic Money, *Lifestyle*, and *Self-control* Necessary?. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 20(4), 113-123.
- Al-Qur'an dan Terjemahan.
- Andriani, D., & Nugraha, N. (2018). Spending habits and *financial literacy* based on gender on employees. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012089>
- Anggela, Ni Luh .2024 . Kemendag Ramal Transaksi *E-commerce* di RI Tembus Rp533 Triliun. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/kemendag-ramal-transaksi-E-commerce-di-ri-tembus-rp533-triliun>.
- Aryanti *et al.*, (2024). Pengaruh *Financial Technology* Dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi (Doctoral Dissertation, Universitas Jambi).
- Asbari, M., Purba, J. T., Hariandja, E. S., & Sudibjo, N. (2021). From Leadership to Innovation: Managing Employee Creativity. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 143–154, <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.287>

- Ashraf, M., Hafeez, R., & Sajid, A. N. (2022). Factors affecting the adoption of Fin-tech in Pakistan based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Model: An empirical study on *financial* inclusion in Pakistan. *Journal of Financial Technologies (Fintech)*, Inclusion and Sustainability, 1(1), 9-26.
- Astuti, W. K., & Arifin, R. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan, Manfaat Dan Fitur Layanan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Surakarta) (Doctoral Dissertation, Uin Surakarta).
- Basmantra, I. N., Paranegara, A. A. N. Y. V., & Candra, S. (2023, May). The Role of E-Wallet Use and *Financial literacy* on Consumptive Behavior in Indonesia. In *International Conference on Business and Technology* (pp. 346-356). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Cahaya, C. (2020). *Self control* siswa dalam upaya meningkatkan mutu belajar oleh guru bimbingan konseling di Madrasah Aliyah Swasta Al Washliyah Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Chairiah, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self control* Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *SOSEK: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan *E-money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dewi, N., & Rusdarti, R. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dikria, O., & Widjaja, S. . (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.
- Dinda, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada Pt Asdp Indonesia Ferry (Persero) Cabang Bakauheni Lampung Selatan) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).

- Duryadi, D. Ms (2021). Buku Ajar, Metode Penelitian Ilmiah. Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan *SmartPLS*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 7(1).
- East, R. 1997. *Consumer Behavior*, Prentice Hall, U.K.
- Syariifah, E. N., & Yuliana, I. (2023). Literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif melalui rasionalitas pada mahasiswa Manajemen UIN Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 202-211.
- Faizah, A. 2020. Pengaruh Kemudahan *E-commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Sunan Ampel Surabaya. Skripsi
- Faizah, & Widjajanti, K. (2023). The Effect Of *Financial literacy* And Income On Consumptive Behavior With *Lifestyle* As A Moderating Variable (Study On University Of Muhammadiyah Semarang Students). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9349–9358. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Fattah, H., Riadini, I., Hasibuan, S. W., Rahmanto, D. N. A., Layli, M., Holle, M. H., ... & Marzuki, S. N. (2022). *Fintech* dalam Keuangan Islam: Teori dan Praktik. Publica Indonesia Utama.
- Fikyansyah. Achmad. (2024). 4 Perguruan Tinggi Negeri Terfavorit di Kota Malang Tahun 2024. <https://timesindonesia.co.id/pendidikan/488879/4-perguruan-tinggi-negeri-terfavorit-di-kota-malang-tahun-2024>
- Ghufron, M. N. dan R. R. Suminta. 2017. Hubungan antara kepercayaan epistemologis dengan belajar berbasis regulasi diri. *Jurnal Psikologi Insight* 1(1): 40-54.
- Hadi dkk., Perbankan dan Literasi Keuangan, 97-98
- Halimatussakdiyah, Martono. S. & Sudarma. (2019). Influence of Life Style and *Financial literacy* to *Consumptive behavior* through *Self control* of Unidnu FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*. 8(1).
- Hatta, Atika J., Model Of Information System Operation Based On Technology Acceptance Model For Micro *Financial* Institutions. *Journal of Economics, Business and Accountancy Ventura* Volume 14, No. 3, December 2011, pages 251-268
- HC, R. K., & Gusaptono, R. H. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan Untuk Mengembangkan UMKM. [http://eprints.upnyk.ac.id/26922/%0Ahttp://eprints.upnyk.ac.id/26922/1/BUKU ber-ISBN 2. Literasi Keuangan.pdf](http://eprints.upnyk.ac.id/26922/%0Ahttp://eprints.upnyk.ac.id/26922/1/BUKU%20ber-ISBN%202.Literasi%20Keuangan.pdf)

- Ilmi, M., Liyundira, F. S., Rachmawati, A., Juliasari, D., & Habsari, P. (2020). Perkembangan Dan Penerapan Theory Of Acceptance Model (TAM) Di Indonesia. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 16(2), 436-458.
- Ilmu, K., & Syariah, E. (2022). 1 , 2 , 3 123. 1(2), 61–73.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan, Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program *SmartPLS* 3.0 Untuk Penelitian Empiris (Semarang:Universitas Diponegoro, 2014), 74.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *self control* sebagai variabel mediasi (Studi pada mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas PGRI Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35-43.
- Kamel, S., Hassan, A (2003). *Annals of Cases on Information Technology*. Idea Group Publishing : AS
- Kamil, I., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of *Lifestyle* and *Financial* Literation in the Intensity of use of Mobile Payment Services. In *TEST Engineering & Management* (Vol. 83, Issue 29120, pp. 29120–29132).
- Kuswanto, K., Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh *Financial technology* dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 268–276.
- Lubis, L., Abdillah, & Lubis, H. K. (2020). The relationship of *self-control* and conformity with consumptive behavior of network computer engineering students at smk negeri 2 binjai. *IJLRES-International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 2580–6785. <https://doi.org/10.30575/2017/IJLRES-2020050802>
- Lina, L., & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2(4), 5-14
- Liu, F., Yilmazer, T., Loibl, C., & Montalto, C. (2019). Professional *financial* advice, self- control and saving behavior. *International journal of consumer studies*, 43(1), 23-34.
- Lubis, L., Abdillah, & Lubis, H. K. (2020). The relationship of *self-control* and conformity with consumptive behavior of network computer engineering students at smk negeri 2 binjai. *IJLRES-International Journal on Language, Research and Education Studies*, 4(2), 2580–6785. <https://doi.org/10.30575/2017/IJLRES-2020050802>

- Lubis, M. S. I. (2021). Teknologi informasi dan komunikasi dalam perspektif islam. *Publik Reform: Jurnal Administrasi Publik*, 8(1), 79-88.
- Maftuhah, S., & Irman, I. (2023). Konsep *Self control* Dalam Perspekti Al Qur'an. *At-Tajdid: Jurnal Pendidikan dan Pemikiran Islam*, 7(2), 437-443.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-23.
- Malang Posco Media. (2023). Menyiapkan Malang sebagai Kota Destinasi Pendidikan. <https://malangposcomedia.id/menyiapkan-malang-sebagai-kota-destinasi-pendidikan/>
- Marfuah, A. (2024). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z Dalam Prespektif Al-Qur'an (Kajian Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia) (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).
- Moehadi, M., Astuti, H., Firmansah, M. B., & Wicaksono, A. B. (2023). Perilaku Konsumtif Dengan Penggunaan *Fintech* E-Wallet. *Jurnal Dimensi*, 12(3), 725-738.
- 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>
- Nasruloh, Andriani, R., Rosmayanti, & Rizkylanfi, M. W. (2023). Pengaruh Kemudahan Berbelanja pada Masa Society 5.0 yang Meningkatkan Sifat Konsumtif pada Kaum Milenial. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 771–775. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1062>
- Nesia, I. L. N. H., & Sartika, F. (2024). The influence of lifestyle and financial literacy on saving behavior with *self-control* as a moderating variable: A study on young workers. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 5(6), 4597-4613.
- Nielsen, K. S. & Hofmann, W. (2021). Memotivasi keberlanjutan memalui moralitas: Studi catatan harian tentang hubungan antara motralitas dan keberlanjutan. *Pengendalian diri dan konsumsi pakai. Jurnal Psikologi Lingkungan*, 73, 101551.
- Ningtyas, M. N., & Vania, A. (2022). Materialism, financial literacy, and *online* impulsive buying: a study on the post millennial generation in a pandemic period. *Journal of Theory and Applied Management*, 15(1), 1-12.
- Norwahida, “Analisis Diskriminan Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan Pribadi” (Skripsi, UIN Alaudin Makassar, 2017), 21

- Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan *Financial Technology (Fintech)* (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Indonesia, Finansial* 4(2), 65-74. <https://m.medcom.id/ekonomi/mikro/8N0V8mAk-umkm-dongkrakpertumbuhan>.
- Nurfitriya, A. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Konsumtif Untuk Produk Fashion Pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. <https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Handle/123456789/50126>
- OJK. (2016). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (76 /POJK.07/2016). OJK. (<https://www.ojk.go.id/kanal/edukasi-dan-perlindungankonsumen/regulasi/peraturan>).Ojk/Dokuments/Pages/POJK-tentang-PeningkatanLiterasi-dan-Inklus-Keuangan-di-SektorJasa-Keuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL-POJK Literasi dan Keuangan.
- Okazaki, Shintaro, & Felipe Mendez. (2013). Exploring convenience in mobile commerce: Moderating effects of gender, *Computers in Human Behavior* 29, 1234–1242
- Oktaviani, *et al.*, (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech* Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76-90.
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh *E-commerce* Dan *Financial technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Pambudi, R. D. (2019). Perkembangan *Fintech* di Kalangan Mahasiswa UIN Walisongo. *Harmony*, 4(2), 7481. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/harmony/article/view/36456/15100>
- Pamungkas, W. S., & Putri, S. I. (2024). The Influence of *Financial literacy, Lifestyle*, and Pay Later Use on Consumptive Behavior. *Journal of Advances in Accounting, Economics, and Management*, 1(4), 14-14.
- Prabandari, S. P., & Sholihah, P. I. (2015). The influence of theory of planned behavior and entrepreneurship education towards entrepreneurial intention. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 17(3), 385. <https://doi.org/10.14414/jebav.v17i3.360>

- Rachman, A. (2024). Wow! BI Bilang Transaksi Ecommerce RI di 2023 Capai Rp 453,75 T. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240117161550-37-506662/wow-bi-bilang-transaksi-ecommerce-ri-di-2023-capai-rp-45375-t>.
- Ranupadma, T. N. C., & Kurniawati, L. (2024). Influence of *E-commerce*, social media, *financial technology (Fintech)* and *Lifestyle* on the increase in consumer activity of students (study on students of the faculty of economics and business, universitas muhammadiyah surakarta). *COSTING:Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 6074–6084.
- Ray, M. J. K., Mashudi, & Herkulana. (2022). Pengaruh Penggunaan *Fintech* Mobile Payment Dan aplikasi Belanja *Online* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 11(9), 1331–1339. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>
- Rodoli Pasaribu, S., & Kresnamurti Rivai, A. P. (2024). Analisis Kepercayaan Pengguna Paylater pada Shopee dan Tokopedia. *Journal of Business Application | Mei*, 3(November), 1–18.
- Rohmah, R. A. N. (2023). The Effect Of E-Wallet, a Hedonist Lifestyle with *Self control* as an Intervening Variable on Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(2), 105-112.
- Rusmana, R., Supriadi, A., & Samlawi, F. (2024). Pengaruh Diskon, Cod, Dan Spaylater Pada Aplikasi Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ips Upi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 18(1), 114-124.
- Sabila, A. A. (2021). Pengaruh *Financial technology (Fintech)* terhadap Literasi Keuangan pada Masyarakat di Kecamatan Medan Denai. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Salsabila, R., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Hukum UBH Pengguna Shopee. *Jurnal Riset Psikologi*, 1(4), 1–12. <https://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/psi/article/view/7969>
- Sari, A. R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Brand Minded Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Dewasa Awal Di Samarinda. *Psikoborneo*. 7(2).
- Sari, M. D., & Wiyono, G. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(2), 275-294.
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen

- Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Sari, N. N., & Irmayanti, N. (2021). Hubungan *self control* terhadap perilaku konsumtif belanja *online* pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 2(2), 32-41.
- Senobua, S., Sondakh, J. J., & Rondonuwu, S. (2023). The Influence of the use of *Financial Technology* and *Financial literacy* on the Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University. *Journal of Governance, Taxation and Auditing*, 2(2), 42-48.
- Shopee, Inspirasi .2022 .Kelebihan Shopee Saat Berbelanja *Online*.<https://shopee.co.id/inspirasi-shopee/kelebihan-belanja-di-shopee-dari-gratis-ongkir-hingga-ada-layanan-ekspedisi-sendiri/> .
- Siallagan, A. M., Derang, I., & ... (2021). Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Stikes Santa Elisabeth Medan. *Jurnal Darma Agung*
<http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/darmaagunghusada/article/view/952>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh *Financial literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160-172.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta
- Sujarweni. (2015). *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PT. Pustaka Baru.
- Sumarwan, U., Yuliati, L. N., & Rahardian, M. (2019) *Perilaku konsumtif di era digital*. IPB Press.
- Sumiarni, L. (2019). Perilaku *Self-control* dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Berdasarkan Theory Of Planned Behavior dan Conscientiousness) di STIKes Merangin. *Journal of Economics and Business*, 3(2), 105–112.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1 (1), 145-155.
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1

Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.

Vankatesh, Viswanath dan Davis. 2000. A model of the Antecedents of Perceived Ease of Use: Development and Test. *Management Science*. Vol. 46 No. 2. Pp. 186-204

Wangi, B. S., & Lathif, S. W. (2024). Analisis Kritis Gaya Hidup Konsumtif di Era Disrupsi Perspektif QS Al-A'raf: 31 dalam Tafsir Al-Misbah. *Al Furqan: Jurnal Ilmu Al Quran dan Tafsir*, 7(1), 174-193.

Widiyanti, N. M. W., Sara, I. M., Aziz, I. S. A., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). The Effect of *Financial* Literature, Electronic Money, *Self-control*, and *Lifestyle* On Student Consumption Behavior. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 2(1), 01-10.

Wiratama, K., & Sulindawati, N. L. G. E. (2022). Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan akuntansi dan kompatibilitas terhadap minat umkm dalam menggunakan aplikasi si apik. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 13(01), 58-69.

Yunita, I., Lubis, F. A., & Aslami, N. (2023). Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). <https://doi.org/10.47233/jeps.v3i2.865>

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE E-COMMERCE SHOPEE* DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA MAHASISW PTN MALANG)”

Perkenalkan saya Aura Ayu Permadani, saat ini adalah mahasiswa Program Manajemen S-1 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk penyusunan skripsi sebagai syarat menyelesaikan program Sarjana I. Hasil penelitian ini sangat penting untuk mengetahui bagaimana **Perilaku Konsumtif Para Mahasiswa PTN Malang Berbelanja Online pada E-commerce Shopee**”.

Dengan kriteria responden :

1. Mahasiswa PTN Malang
2. Telah menempuh mata kuliah keuangan
3. Telah melakukan transaksi atau melakukan pembelian di *E-commerce* Shopee minimal satu kali.

Demi terselesaikannya penelitian ini, kami sangat mengharapkan partisipasi sdr/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar pernyataan yang telah kami lampirkan bersama surat ini. Seluruh data yang kami peroleh akan kami rahasiakan dengan tidak mencantumkan identitas sdr/i maupun perusahaan secara langsung dalam naskah penelitian kami.

Atas kesediaan dan kerjasamanya, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Besar harapan saya kiranya sdr/i bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Terima kasih dan selamat mengisi kuesioner ini.

A. Identitas Responden

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Apakah Anda Pernah Berkuliah Di Malang : Ya Tidak

Nama Universitas : Universitas Brawijaya (UB)

UIN Malang

Universitas Negeri Malang (UM)

Politeknik Negeri Malang

Telah menempuh mata kuliah keuangan : Ya Tidak

Apakah Anda pernah berbelanja di *E-commerce* Shopee : Ya Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Financial Technology (X1)

| No | Instrumen Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|----|--|-----|----|---|---|----|
| | Prespektif kemudahan | | | | | |
| 1. | <i>Fintech</i> membantu dalam mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan | | | | | |
| 2. | Fitur-fitur <i>fintech</i> mudah dipelajari | | | | | |
| 3. | Jarang mengalami masalah teknis atau gangguan saat memanfaatkan <i>fintech</i> | | | | | |
| | Prespektif kegunaan | | | | | |
| 1. | Penggunaan <i>fintech</i> sangat bermanfaat dalam mendukung pengelolaan keuangan | | | | | |
| 2. | <i>Fintech</i> aman untuk digunakan dalam melakukan transaksi keuangan | | | | | |

Financial Literacy (X2)

| No | Instrumen Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|------------------------------------|--|-----|----|---|---|----|
| Pengetahuan dasar keuangan sendiri | | | | | | |
| 1. | Pemahaman dasar pengelolaan keuangan penting untuk perencanaan keuangan pribadi | | | | | |
| 2. | Setiap orang harus bisa mengelola keuangannya sendiri | | | | | |
| Tabungan dan pinjaman | | | | | | |
| 1. | Menabung menciptakan stabilitas <i>financial</i> | | | | | |
| 2. | Hindari utang untuk keinginan semata | | | | | |
| Investasi | | | | | | |
| 1. | Berinvestasi untuk masa depan | | | | | |
| 2. | Mengalokasikan uang untuk memperoleh keuntungan di masa mendatang | | | | | |
| Asuransi | | | | | | |
| 1. | Memiliki pengetahuan tentang premi asuransi | | | | | |
| 2. | Asuransi kesehatan penting untuk menghindari pengeluaran besar akibat risiko kesehatan yang tidak terduga. | | | | | |

Perilaku Konsumtif (Y)

| No | Instrumen Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|--------------------------|--|-----|----|---|---|----|
| Pembelian impulsif | | | | | | |
| 1. | Memikirkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian | | | | | |
| 2. | Tidak terburu-buru membeli sesuatu ketika melihat untuk pertama kalinya | | | | | |
| Pembelian tidak rasional | | | | | | |
| 1. | Berusaha menghindari pengeluaran uang dalam jumlah besar | | | | | |
| 2. | Mengendalikan diri saat berbelanja adalah hal yang sangat penting | | | | | |
| Pemborosan | | | | | | |
| 1. | Saya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan hanya untuk kesenangan | | | | | |
| 2. | Mengelola uang saku dengan seefisien mungkin | | | | | |

Self-control (Z)

| No | Instrumen Pertanyaan | STS | TS | N | S | SS |
|-------------------|---|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Kontrol perilaku | | | | | | |
| 1. | Mampu mempertimbangkan dengan matang sebelum mengambil keputusan | | | | | |
| 2. | Mampu dalam mengelola stimulus dan mengatur diri dalam berbagai keadaan | | | | | |
| Kontrol kognitif | | | | | | |
| 1. | Mampu menghindari atau menjauhi situasi yang dianggap kurang baik | | | | | |
| 2. | Mampu mengatur emosi dan reaksi ketika menghadapi peristiwa tertentu | | | | | |
| Kontrol keputusan | | | | | | |
| 1. | Mampu mempertimbangkan sisi-sisi positif dan negatif secara subjektif | | | | | |
| 2. | Akan menghindari pengambilan keputusan pembelian secara terburu-buru | | | | | |

Lampiran 2 Data Kuesioner

Data Kuesioner *Fintech* (X1)

| X1.1.1 | X1.1.2 | X1.1.3 | X1.2.1 | X.1.2.2 |
|--------|--------|--------|--------|---------|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

Data Kuesioner *Financial Literacy* (X2)

| X2.1.1 | X2.1.2 | X2.2.1 | X2.2.2 | X2.3.1 | X2.3.2 | X2.4.1 | X2.4.2 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |

Data Kuesioner Perilaku Konsumtif (Y)

| Y1.1 | Y1.2 | Y2.1 | Y2.2 | Y3.1 | Y3.2 |
|------|------|------|------|------|------|
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 4 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |

Data Kuesioner *Self Control* (Z)

| Z1.1 | Z1.2 | Z2.1 | Z2.2 | Z3.1 | Z3.2 |
|------|------|------|------|------|------|
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 |
| 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |

Lampiran 3 Hasil Analisis PLS

Hasil Output PLS Algoritm

Hasil Validitas Sebelum Dieliminasi

| Variabel | Item | Nilai | Keterangan |
|---------------------------|--------|-------|-------------|
| <i>Fintech</i> | X1.1.1 | 0,821 | Valid |
| | X1.1.2 | 0,865 | Valid |
| | X1.1.3 | 0,854 | Valid |
| | X1.2.1 | 0,862 | Valid |
| | X1.2.2 | 0,719 | Valid |
| <i>Financial Literacy</i> | X2.1.1 | 0,500 | Tidak Valid |
| | X2.1.2 | 0,670 | Tidak Valid |
| | X2.2.1 | 0,717 | Valid |
| | X2.2.2 | 0,786 | Valid |
| | X2.3.1 | 0,770 | Valid |
| | X2.3.2 | 0,809 | Valid |
| | X2.4.1 | 0,772 | Valid |
| | X2.4.2 | 0,791 | Valid |
| Perilaku Konsumtif | Y1.1 | 0,742 | Valid |
| | Y1.2 | 0,805 | Valid |
| | Y2.1 | 0,789 | Valid |
| | Y2.2 | 0,777 | Valid |
| | Y3.1 | 0,780 | Valid |
| | Y3.2 | 0,781 | Valid |
| <i>Self Control</i> | Z1.1 | 0,726 | Valid |
| | Z1.2 | 0,727 | Valid |
| | Z2.1 | 0,802 | Valid |
| | Z2.2 | 0,786 | Valid |
| | Z3.1 | 0,839 | Valid |
| | Z3.2 | 0,761 | Valid |

Hasil Validitas Setelah Dieliminasi

| Variabel | Item | Nilai | Keterangan |
|---------------------------|--------|-------|------------|
| <i>Fintech</i> | X1.1.1 | 0,821 | Valid |
| | X1.1.2 | 0,865 | Valid |
| | X1.1.3 | 0,854 | Valid |
| | X1.2.1 | 0,862 | Valid |
| | X1.2.2 | 0,719 | Valid |
| <i>Financial Literacy</i> | X2.2.1 | 0,717 | Valid |
| | X2.2.2 | 0,786 | Valid |
| | X2.3.1 | 0,770 | Valid |

| | | | |
|---------------------|--------|-------|-------|
| | X2.3.2 | 0,809 | Valid |
| | X2.4.1 | 0,772 | Valid |
| | X2.4.2 | 0,791 | Valid |
| Perilaku Konsumtif | Y1.1 | 0,742 | Valid |
| | Y1.2 | 0,805 | Valid |
| | Y2.1 | 0,789 | Valid |
| | Y2.2 | 0,777 | Valid |
| | Y3.1 | 0,780 | Valid |
| | Y3.2 | 0,781 | Valid |
| <i>Self Control</i> | Z1.1 | 0,726 | Valid |
| | Z1.2 | 0,727 | Valid |
| | Z2.1 | 0,802 | Valid |
| | Z2.2 | 0,786 | Valid |
| | Z3.1 | 0,839 | Valid |
| | Z3.2 | 0,761 | Valid |

Hasil Diskrimiman

| | <i>Fintech</i> | Financial Literacy | Perilaku Konsumtif | Self Control |
|--------|----------------|--------------------|--------------------|--------------|
| X1.1.1 | 0,821 | 0,609 | 0,483 | 0,529 |
| X1.1.2 | 0,865 | 0,606 | 0,585 | 0,658 |
| X1.1.3 | 0,854 | 0,590 | 0,564 | 0,650 |
| X1.2.1 | 0,862 | 0,612 | 0,647 | 0,678 |
| X1.2.2 | 0,719 | 0,571 | 0,506 | 0,471 |
| X2.2.1 | 0,528 | 0,717 | 0,571 | 0,583 |
| X2.2.2 | 0,505 | 0,786 | 0,587 | 0,547 |
| X2.3.1 | 0,469 | 0,770 | 0,507 | 0,459 |
| X2.3.2 | 0,507 | 0,809 | 0,593 | 0,634 |
| X2.4.1 | 0,608 | 0,772 | 0,606 | 0,628 |
| X2.4.2 | 0,624 | 0,791 | 0,557 | 0,586 |
| Y1.1 | 0,511 | 0,562 | 0,742 | 0,632 |
| Y1.2 | 0,579 | 0,579 | 0,805 | 0,697 |
| Y2.1 | 0,468 | 0,573 | 0,789 | 0,627 |
| Y2.2 | 0,533 | 0,620 | 0,777 | 0,595 |
| Y3.1 | 0,510 | 0,608 | 0,780 | 0,586 |
| Y3.2 | 0,571 | 0,530 | 0,781 | 0,616 |
| Z1.1 | 0,597 | 0,650 | 0,638 | 0,726 |
| Z1.2 | 0,479 | 0,541 | 0,605 | 0,727 |
| Z2.1 | 0,580 | 0,563 | 0,633 | 0,802 |
| Z2.2 | 0,634 | 0,505 | 0,598 | 0,786 |
| Z3.1 | 0,584 | 0,582 | 0,640 | 0,839 |
| Z3.2 | 0,512 | 0,553 | 0,617 | 0,761 |

Validitas Dan Reliabilitas Konstruk

| Variabel | Cronbach's alpha | Composite reliability (rho_a) | Composite reliability (rho_c) | Average variance extracted (AVE) |
|--------------------|------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| <i>Fintech</i> | 0,883 | 0,894 | 0,914 | 0,682 |
| Financial Literacy | 0,874 | 0,887 | 0,901 | 0,538 |
| Perilaku Konsumtif | 0,870 | 0,871 | 0,903 | 0,607 |
| Self Control | 0,866 | 0,867 | 0,900 | 0,600 |

Nilai Cronbach's Alpha Dan Composite reliability

| Variabel | Cronbach's alpha | Composite reliability |
|---------------------------|------------------|-----------------------|
| <i>Fintech</i> | 0,883 | 0,894 |
| <i>Financial literacy</i> | 0,874 | 0,887 |
| Perilaku Konsumtif | 0,870 | 0,871 |
| <i>Self control</i> | 0,866 | 0,867 |

Hasil R-Square

| Variabel | R-square | Presentase |
|-------------------------|----------|------------|
| Perilaku Konsumtif (Y) | 0,700 | 70,0% |
| <i>Self Control</i> (Z) | 0,622 | 62,2% |

Hasil F-Square

| Variabel | Perilaku Konsumtif (Y) | <i>Self Control</i> (Z) |
|--------------------------------|------------------------|-------------------------|
| <i>Fintech</i> (X1) | 0,117 | 0,232 |
| <i>Financial literacy</i> (X2) | 0,007 | 0,226 |
| <i>Self control</i> (Z) | 0,351 | |

Hasil Path Coefficients

| Variabel | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|-----------------------|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| X1 -> Y | 0,076 | 0,074 | 0,094 | 0,803 | 0,422 |
| X2 -> Y | 0,301 | 0,307 | 0,085 | 3,540 | 0,000 |
| X1 -> Z | 0,422 | 0,418 | 0,084 | 5,004 | 0,000 |
| X2 -> Z | 0,428 | 0,434 | 0,078 | 5,487 | 0,000 |
| Z -> Y | 0,528 | 0,525 | 0,094 | 5,605 | 0,000 |
| (X1) -> (Z) -> (Y) | 0,223 | 0,219 | 0,058 | 3,827 | 0,000 |
| (X2) -> (Z) -> (Y) | 0,226 | 0,228 | 0,059 | 3,821 | 0,000 |

Lampiran 4 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari

NIP : 198710022015032004

Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Aura Ayu Permadani

NIM : 210501110130

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

PENGARUH *FINTECH* DAN *FINANCIAL LITERACY*

Judul Skripsi : **TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA
ONLINE *E-COMMERCE* SHOPEE DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI MEDIASI (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA PTN MALANG)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|-----------------|------------------|-------------|---------------|
| 25% | 25% | 15% | 11% |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Maret 2025
UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 5 Bukti Konsultasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
FAKULTAS KONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210501110130
Nama : Aura Ayu Permadani
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Farahiyah Sartika, M.M
Judul Skripsi : PENGARUH FINTECH DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE ECOMMERCE SHOPEE DENGAN SELF CONTROL SEBAGAI MEDIASI (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PTN MALANG)

JURNAL BIMBINGAN :

| No | Tanggal | Deskripsi | Tahun Akademik | Status |
|----|------------------|--|------------------|-----------------|
| 1 | 6 September 2024 | Persetujuan topik dan judul proposal | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 2 | 18 Oktober 2024 | Konsultasi proposal secara keseluruhan | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 3 | 22 Oktober 2024 | Revisi Latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, penambahan hipotesis, dan kerangka konsep | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 4 | 25 Oktober 2024 | Revisi penambahan latar belakang lagi | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 5 | 28 Oktober 2024 | Revisi indikator <i>fintech</i> | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |

| | | | | |
|----|------------------|--|-----------------|-----------------|
| 6 | 3 Januari 2025 | Konsultasi mengenai link kuisisioner yang akan dibagikan | Genap 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 7 | 23 Januari 2025 | Bimbingan | Genap 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 8 | 26 Januari 2025 | Konsultasi tentang pembahasan bab 4 | Genap 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 9 | 8 Februari 2025 | Revisi dan penambahan bab 4 | Genap 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 10 | 11 Februari 2025 | Revisi akhir | Genap 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |

Malang, 11 Februari 2025

Dosen Pembimbing



Farahiyah Sartika, M.M

Lampiran 6 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Aura Ayu Permadani
Tempat, tanggal lahir : 09 Juni 2002
Alamat Asal : Jln. Raya Garung, RT.01, RW.01, Desa Garung,
Kecamatan Sambeng, Kabupaten Lamongan.
Telepon/Hp : 085731270020
E-mail : auraayu.per@gmail.com
Instagram : auraa.ayuuu_

Pendidikan Formal

2008 – 2014 : MI Al-Islam Garung
2014 – 2017 : SMP Negeri 1 Sambeng
2017 – 2020 : MA Negeri 9 Jombang
2021 – 2025 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2021 – 2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2022 – 2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI) Universitas
Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Malang, 3 Maret 2025

Aura Ayu Permadani