

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN E-WALLET TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA STIE INDONESIA PONTIANAKDewi Oktary^{1*}, Faradina Inda Wardhani²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Pontianak¹²

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:Received : August 2nd, 2022Revised : October 10th, 2022Accepted : October 20th, 2022**Keywords:**Financial Literacy, E-Wallet,
Consumptive Behavior

A B S T R A C T

This study aims to determine the effect of financial literacy and e-wallet on the consumptive behavior of STIE Indonesia Pontianak students. The population in this study was 481 students and the samples taken were 72 people or 15% of the population. Data collection techniques using a questionnaire (g-form). The data analysis tools used are validity test, reliability test, classical assumption test, t test and F test. The results of data analysis are that there is no significant effect of financial literacy on consumptive behavior and there is a significant effect of using e-wallet on consumptive behavior. Financial Literacy and E-wallet simultaneously have a significant effect on consumptive behavior. The magnitude of the influence of financial literacy and e-wallet variables on consumptive behavior is 16.1%. Students should be able to use fintech e-wallet wisely in order to avoid consumptive behavior, for example, it is not easy to be tempted by the promos offered from the e-wallet.

Kata Kunci:Literasi Keuangan, E-Wallet, Perilaku
Konsumtif

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. Adapun Populasi dalam penelitian ini sebanyak 481 orang mahasiswa dan sampel yang diambil sebanyak 72 orang atau 15% dari populasi. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (*g-form*). Alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, Uji t dan Uji f. Adapun hasil analisis data yaitu tidak terdapat pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dan terdapat pengaruh signifikan penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan dan *e-wallet* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh variabel literasi keuangan dan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif sebanyak 16,1%. Sebaiknya mahasiswa dapat menggunakan *fintech e-wallet* secara bijak agar dapat terhindar dari perilaku konsumtif, misalnya tidak mudah tergiur terhadap promo – promo yang ditawarkan dari *e-wallet*.

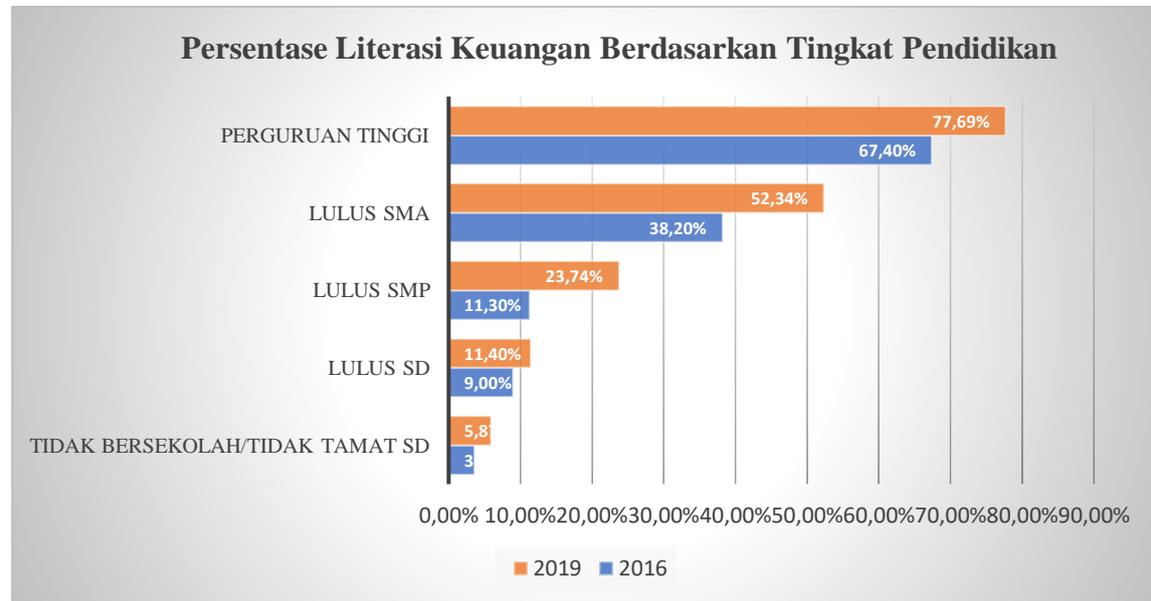
^{*}Corresponding author :

Address : Pontianak, Kalimantan Barat.

E-mail : dewyoktari@gmail.com

I. PENDAHULUAN

Literasi keuangan merupakan salah satu aspek penting yang harus dipahami yang akan berdampak terhadap pengelolaan keuangan atau keputusan keuangan suatu individu. Berdasarkan hasil survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SLNIK) tahun 2019 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 38,03%. yang artinya bahwa secara umum masyarakat Indonesia belum memahami dengan baik tentang produk, konsep dan resiko keuangan. Namun besarnya persentase pada tahun 2019 mengalami peningkatan dibandingkan survei tahun 2016 yang hanya sebesar 29,70%. Berikut disajikan Persentase Literasi Keuangan berdasarkan Tingkat Pendidikan :



Gambar 1. Persentase Literasi Keuangan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber : (OJK, 2020)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa literasi keuangan berdasarkan jenjang pendidikan perguruan tinggi memiliki persentase paling tinggi dibandingkan dengan yang lainnya baik ditahun 2016 maupun ditahun 2019.

Literasi keuangan berkaitan dengan pengetahuan keuangan seseorang. Menurut (Mubarakah & Rita, 2020) apabila pengetahuan seseorang akan keuangan kurang, seseorang tersebut akan mengalami kerugian karena berperilaku boros dan konsumtif. Dengan adanya literasi keuangan diharapkan dapat memberikan dampak kepada seseorang dalam perilaku seseorang dalam mengelolah keuangan mereka agar dapat memberikan kesejahteraan *financial* di waktu yang akan datang. Khususnya bagi mahasiswa yang merupakan generasi milenial dan generasi Z sekarang ini diharapkan memiliki literasi keuangan yang baik atau biasa disebut dengan *well literate* dikarenakan sebagai generasi muda diharapkan dapat mengelola keuangan mereka dengan baik untuk tujuan jangka panjang.

Apalagi di zaman sekarang ini Industri 4.0 dengan kemajuan teknologi banyak berkembang *financial technology* yang salah satunya yaitu e-wallet yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran secara elektronik. E-Wallet merupakan dompet digital yang digunakan sebagai alat pembayaran non tunai. Biasanya e-wallet digunakan untuk melakukan pembelian secara online, walaupun sekarang ini banyak e-wallet juga bisa digunakan sebagai alat pembayaran berbelanja secara langsung karena banyak toko yang menggunakan e-wallet untuk memberikan promo jika membayar menggunakan e-wallet. Adapun jenis – jenis e-wallet yang ada misalnya OVO, Shopeepay, Gopay dan aplikasi

lainnya. Adapun promosi – promosi yang diberikan jika menggunakan pembayaran menggunakan aplikasi e-wallet misalnya memberikan bebas ongkir, *cashback*, *buy 1 get 2*, diskon dan lain sebagainya.

Berdasarkan hasil penelitian (Nawawi, 2020) menyatakan bahwa tiga alasan mendasar mahasiswa menggunakan e-wallet sebagai metode pembayaran yakni karena adanya promo yang ditawarkan, kenyamanan dalam bertransaksi, dan kemudahan dalam mengoperasikannya selain itu penelitian yang dilakukan (Mujahidin, 2020) menyatakan bahwa promosi OVO dan Gopay dapat mempengaruhi perilaku konsumtif kaum milenial. Dengan adanya promosi – promosi ini akan memberikan dampak terhadap minat berbelanja seseorang, khususnya mahasiswa yang suka terhadap diskon. Sehingga dapat meningkatkan perilaku konsumtif seseorang.

Perilaku Konsumtif merupakan perilaku berbelanja secara berlebihan yang hanya menginginkan kesenangan saja. Di zaman sekarang ini perilaku konsumtif masyarakat semakin meningkat, khususnya mahasiswa yang merupakan generasi yang melek terhadap teknologi dengan adanya media sosial, e-commerce memberikan dampak semakin meningkatnya perilaku konsumtif. Menurut (Mubarokah & Rita, 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negative terhadap perilaku konsumtif. Semakin baik literasi keuangan seseorang seharusnya tidak memiliki perilaku konsumtif karena dengan adanya pengetahuan keuangan seseorang yang baik mereka akan mampu untuk mengatur uang mereka dalam memenuhi kebutuhannya. Namun yang mana kita ketahui bahwa mahasiswa yang seharusnya memiliki literasi keuangan yang baik terkadang lebih memiliki perilaku konsumtif. Seseorang yang berperilaku konsumtif biasanya memiliki gaya hidup yang tinggi atau bisa saja kurangnya pengetahuan dalam mengelola keuangan mereka. Perilaku konsumtif ini sangat tidak baik karena akan terjadinya pemborosan dan berdampak kepada keuangan mereka dimasa depan.

STIE Indonesia Pontianak merupakan salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Pontianak yang memiliki 2 program studi yaitu manajemen dan akuntansi. Berdasarkan pengamatan dari peneliti bahwa mahasiswa STIE Indonesia Pontianak sebagian besar berasal dari daerah yang artinya pendapatan tiap bulannya berasal dari kiriman orang tua walaupun ada sebagian yang sudah bekerja. Oleh karena itu mahasiswa harus lah mampu untuk mengatur dan mengelola keuangannya agar pendapatan yang mereka miliki dapat cukup memenuhi kebutuhan hidup mereka.

Yang kita tahu mahasiswa lebih cenderung memiliki perilaku konsumtif dikarenakan sering mengikuti tren, ingin mendapatkan pengakuan diantara teman sehingga sering membeli barang – barang yang bermerek dan terkadang hanya untuk mengikuti tren saja dan adanya kemajuan *fintech* yang memberikan kemudahan dalam penggunaan juga sering memberikan promosi – promosi untuk menarik minat seseorang untuk berbelanja.

Berdasarkan latarbelakang diatas peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan dan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STIE Indonesia Pontianak.

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Literasi Keuangan

Menurut OJK (2020) "Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan" Menurut Soetiono dalam (Sutejo, 2021) Konsep dari literasi keuangan adalah pengetahuan individu dalam membuat keputusan saat melakukan pengelolaan keuangan. Literasi

keuangan mencakup kemampuan individu mengetahui bagaimana cara kerja lembaga jasa keuangan hingga produk jasa keuangan. Individu dengan tingkat pemahaman literasi keuangan yang baik akan lebih sadar atas manfaat dan risiko pada produk dan layanan jasa keuangan yang ada. Kemampuan individu dalam melakukan keputusan memilih produk jasa keuangan dapat membantu individu di masa yang akan datang seperti membeli rumah, biaya pendidikan anak hingga dana pensiun.

Menurut Remund 2010 dalam (OJK,2020) literasi keuangan di bagi menjadi 5 kategori :

1. Pengetahuan konsep keuangan
2. Kemampuan dalam mengomunikasikan konsep keuangan
3. Kecakapan dalam mengelola keuangan pribadi
4. Keterampilan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat
5. Keyakinan dalam merencanakan kebutuhan keuangan di masa depan secara efektif

E-Wallet

E-wallet merupakan dompet digital ataupun dompet elektronik yang merupakan salah satu dari jenis *fintech* yang berfungsi sebagai *Digital Payment System*. Dompet digital merupakan alat transaksi pembayaran non tunai, biasanya dompet digital menggunakan sistem aplikasi ataupun kartu yang bisa digunakan untuk alat pembayaran , sehingga masyarakat semakin mudah berinteraksi (Mujahidin, 2020). Dompet elektronik (*E-Wallet*) adalah sistem pembayaran atau keuangan yang dirancang untuk membuat transaksi keuangan lebih nyaman bagi pengguna (Aini et al., 2021).

Dompet elektronik (*Electronic Wallet*) yang selanjutnya disebut dengan dompet elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrument pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/ atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Bank Indonesia, 2016). Faktor – faktor yang mempengaruhi minat pembelian ulang penggunaan *e-wallet* dalam penelitian Silaen & Prabawani (2019) yaitu Persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan promosi.

Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku mengkonsumsi barang atau jasa menurut keinginan semata padahal barang tersebut kurang atau tidak diperlukan sama sekali (Sahanaya, 2021). Sedangkan menurut Lestarina dalam (Mujahidin, 2020) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas pembelian barang yang tidak bertujuan untuk mencukupi kebutuhan , tetapi dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan tindakan ini dilakukan berkali – kali sehingga membuat berlebihan dalam menggunakan uang.

Karakteristik Yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor personal, faktor psikologis (Malau, 2018).

Menurut Sumartono dan Djabar dalam (Astuti, 2013) Indikator perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming – iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk karena pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaan)
5. Membeli produk karena hanya sekedar menjaga symbol status.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti/Tahun	Judul	Variabel	Hasil
1	(Deviyanti, 2020)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	Variabel Bebas: Literasi Keuangan (X),	Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku

		Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar	Variabel terikat: Perilaku Konsumtif (Y)	konsumtif peserta didik kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar
2	(Mujahidin, 2020)	Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi milenial	Variabel Bebas: Pelayanan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), Persepsi Manfaat (X3), Kepercayaan (X4) dan Promosi (X5) Variabel terikat: Perilaku Konsumtif (Y)	Persepsi Kemudahan, Persepsi manfaat dan Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan Kualitas pelayanan dan kepercayaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3.	(Dilasari et al., 2021)	Pengaruh <i>Financial Literacy, Life style, Locus of Control</i> dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Subang	Variabel bebas : <i>Financial Literacy</i> (X1), <i>Life Style</i> (X2), <i>Locus of Control</i> (X3), Demografi (X4) Variabel terikat : Perilaku Konsumtif (Y)	<i>Financial Literacy</i> dan <i>life style</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, <i>Locus of control</i> memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif sedangkan demografi dan Pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota subang
4	(Fikri, 2021)	Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU	Variabel bebas : Penggunaan Shopeepay (X) Variabel terikat : Perilaku Konsumtif (Y).	Dari hasil uji hipotesis, terdapat pengaruh penggunaan Shopeepay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB USU yang diperoleh dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,678 dalam skala hubungan yang cukup berarti.

Hipotesis :

H1 : Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

H2 : Terdapat Pengaruh *E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif

H3 : Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan dan *E-Wallet* Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif

III. METODA PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel terikat (Y) yaitu perilaku konsumtif dan variabel bebas (X1) yaitu literasi keuangan, (X2) yaitu *e-wallet*. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE Indonesia Pontianak Pada Semester Ganjil tahun 2021/2022 berdasarkan pada data (PDDIKTI, n.d.) sebanyak 481 orang. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan 15% dari total populasi sesuai dengan pendapat (Arikunto, 2017) mengatakan bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, maka seluruh populasi menjadi sampel penelitian, tetapi jika subjeknya lebih dari 100 maka dapat diambil 10 – 15% atau 15-25%. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan *simple random sampling*. Menurut (Sugiyono, 2019) dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Adapun alat pengumpulan data menggunakan kuesioner (*g-form*). Uji instrument penelitian dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk kuesioner, Teknik analisis data menggunakan uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda menggunakan SPSS.

IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Metode yang digunakan dalam uji validitas yaitu membandingkan antara r hitung dan r tabel. Adapun hasil dari pengujian tersebut yaitu :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No item	r Hitung	r tabel	Kesimpulan
X1 (Literasi Keuangan)	1	0,558	0,227	Valid
	2	0,586	0,227	Valid
	3	0,544	0,227	Valid
	4	0,719	0,227	Valid
	5	0,603	0,227	Valid
	6	0,618	0,227	Valid
	7	0,688	0,227	Valid
X2 (E-Wallet)	1	0,663	0,227	Valid
	2	0,783	0,227	Valid
	3	0,655	0,227	Valid
	4	0,741	0,227	Valid
	5	0,843	0,227	Valid
	6	0,638	0,227	Valid
	7	0,732	0,227	Valid
Y (Perilaku Konsumtif)	1	0,731	0,227	Valid
	2	0,596	0,227	Valid
	3	0,746	0,227	Valid
	4	0,651	0,227	Valid
	5	0,676	0,227	Valid
	6	0,725	0,227	Valid
	7	0,596	0,227	Valid

Sumber : Output SPSS v.25 (Data Olahan, 2022)

Dasar pengambilan keputusan uji validitas yaitu :

- Apabila r hitung $>$ r tabel maka data valid;
- Apabila r hitung $<$ r tabel maka data tidak valid;

Sesuai dengan hasil uji validitas yang telah dilakukan tersebut maka diketahui bahwa seluruh r hitung $>$ r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa uji validitas yang dilaksanakan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Metode yang dilakukan yaitu membandingkan nilai cronbach alpha berdasarkan hasil pengujian data dimana hasil pengujian tersebut yaitu :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of item
Literasi keuangan	0,727	7
E-Wallet	0,838	7
Perilaku Konsumtif	0,799	7

Sumber : Output SPSS V. 25 (Data Olahan, 2022)

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas yaitu :

- Apabila nilai cronbach alpha > 0,6 maka data reliabel;
- Apabila nilai cronbach alpha < 0,6 maka data tidak reliabel.

Sesuai dengan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan tersebut maka diketahui bahwa nilai cronbach's alpha untuk variabel literasi keuangan adalah $0,727 > 0,6$ nilai cronbach's alpha untuk variabel e-wallet adalah $0,838 > 0,6$ dan nilai cronbach's alpha perilaku konsumtif adalah $0,799 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas yang dilaksanakan menyatakan data reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Metode yang digunakan adalah metode Kolmogorov Smirnov. Jika nilai sig > 0,05 artinya data berdistribusi normal. Berikut adalah hasil uji normalitas dengan software SPSS versi 25 :

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.56054560
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.055
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Output SPSS V.25 (Data Olahan, 2022)

Berdasarkan hasil Uji one sample kolmogorov – smirnov nilai signifikan sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05 yang artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai *VIF* ≤ 10 maka model regresi tersebut bebas dari multikolonieritas antar variabel dalam model regresi. Berikut ini merupakan hasil uji Multikolonieritas dengan menggunakan software SPSS v.25 :

Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.456	6.445		.691	.492		
	LiterasiKeuangan	.290	.236	.156	1.229	.223	.753	1.328
	E-Wallet	.387	.164	.300	2.358	.021	.753	1.328

a. Terikat Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : SPSS V.25 (Data Olahan,2022)

Berdasarkan tabel diatas nilai VIF Literasi keuangan dan E-Wallet sebesar 1,328 atau kurang dari 10 atau nilai *tolerance* sebesar 0,753 lebih besar dari 0,10 berarti tidak terjadi gejala multikolinieritas.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada baris *linearity*, jika nilai signya kurang dari 0,05 artinya terdapat hubungan yang linier. Berikut adalah hasil uji linieritas:

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Hubungan	Nilai Signifikansi Linearity	Kesimpulan
X1 (Literasi Keuangan) dan Y (Perilaku Konsumtif)	0,012	Terdapat hubungan linier
X2 (E-Wallet) dan Y (Literasi Keuangan)	0,001	Terdapat hubungan linier

Sumber : SPSS V.25 (Data Olahan, 2022)

Berdasarkan tabel diatas hasil uji linearitas nilai signifian linearity nya kurang dari 0,05 terdapat hubungan yang linier.

d. Uji Heterokedastisitas

Berikut ini merupakan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser menggunakan software SPSS v.25:

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.601	3.433		.175	.861
	LiterasiKeuangan	.170	.126	.186	1.356	.179
	E-Wallet	-.071	.087	-.111	-.814	.418

a. Terikat Variable: ABS_RES

Sumber : SPSS V.25 (Data Olahan, 2022)

Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas yaitu :

- Jika nilai Signifikansi (Sig.) > Probabilitas 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi;
- Jika nilai Signifikansi (Sig.) < Probabilitas 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi;

Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan tersebut maka diketahui bahwa nilai Signifikansi (Sig.) untuk Literasi Keuangan (X1) adalah 0,179 > 0,05 dan E-Wallet (X2) adalah 0,418 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

e. Analisis Regresi Linear Berganda.

Berikut ini hasil analisis regresi linear berganda menggunakan uji t :

Tabel 7. Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.456	6.445		.691	.492
	LiterasiKeuangan	.290	.236	.156	1.229	.223
	E-Wallet	.387	.164	.300	2.358	.021

a. Terikat Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : Output SPSS V.25 (Data Olahan, 2022)

Adapun persamaan dari regresi linear berganda yaitu :

$$Y = 4,456 + 0,290 X1 + 0,387 X2$$

Berdasarkan hasil uji diatas dapat diketahui bahwa nilai a (angka konstan dari Unstandardized Coefficients) adalah sebesar 4,456 yang artinya jika tidak ada Literasi Keuangan (X1) dan E-Wallet (X2) maka nilai konsisten Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 4,456 dan nilai dari b (angka koefisien regresi) X1 adalah sebesar 0,290 yang artinya jika terdapat penambahan 1% tingkat literasi keuangan (X1) maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,290. Begitu juga untuk nilai dari b pada X2 adalah sebesar 0,387 yang artinya jika terdapat penambahan 1% tingkat e-wallet (X2) maka perilaku konusmtif (Y) meningkat sebesar 0,387.

e. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk menghitung Koefisien determinasi maka digunakan rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad (r = \text{korelasi})$$

Untuk mengetahui nilai korelasi pada model, diambil berdasarkan output pada “Model summary” berikut ini:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.401 ^a	.161	.136	4.62617

a. Predictors: (Constant), E-Wallet, LiterasiKeuangan

b. Terikat Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : Output SPSS. V25 (Data Olahan, 2022)

$$KD = (0,401)^2 \times 100\%$$

$$KD = 16,1 \%$$

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 16,1%, artinya variabel Perilaku Konsumtif (Y) dapat dijelaskan sebesar 16,1% oleh variabel Literasi Keuangan (X1), dan E-Wallet (X2). Sisanya sebesar 83,9% variabel Perilaku Konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

f. Pengujian Secara Keseluruhan

Hasil dari uji koefisien regresi secara bersama- sama (uji f) yaitu:

Tabel 9. Hasil Koefisien Regresi Secara Bersama- Sama (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	282.801	2	141.401	6.607	.002 ^b

Residual	1476.699	69	21.401	
Total	1759.500	71		

- a. Terikat Variable: PerilakuKonsumtif
 b. Predictors: (Constant), E-Wallet, LiterasiKeuangan
 Sumber : Output SPSS Versi 25 (Data Diolah, 2022)

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan tersebut maka diketahui nilai f hitung adalah sebesar 6,607 dan f tabel bernilai 3,13 sehingga dapat disimpulkan $6,607 > 3,13$ yang artinya variabel Literasi Keuangan (X_1) dan variabel E-Wallet (X_2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

g. Pengujian Secara Parsial

Pada jumlah sampel (N) = 72, jumlah variabel bebas (k) = 2, maka diperoleh nilai t tabel = $\pm 1,995$. Hasil perhitungan dapat kita lihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10. Pengujian Parsial

Hipotesis	t hitung	t tabel	p-value	Kesimpulan
Terdapat Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	1,229	$\pm 1,995$	0,223	Tidak Signifikan
Terdapat Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif	2,358	$\pm 1,995$	0,021	Signifikan

Sumber : Output SPSS.v25 (Data Olahan, 2022)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai p-value untuk variabel literasi keuangan (X_1) adalah 0,223 dan nilai t hitung untuk variabel literasi keuangan (X_1) adalah 1,229. Karena nilai p-value nya (0,223) $> 0,05$ dan nilai t hitung (1,229) lebih kecil dari t tabel (1,995) maka H_1 ditolak, artinya literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Nilai p-value untuk variabel *e-wallet* (X_2) adalah 0,021 dan nilai t hitung untuk *e-wallet* (X_2) adalah 2,358. Karena nilai p-value nya (0,021) $< 0,05$ dan nilai t hitung (2,358) lebih besar dari t tabel (1,995) maka H_2 diterima, artinya *e-wallet* (X_2) memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif (Y).

V. PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis data pada uji t tabel 10 dapat dilihat bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. Adanya faktor – faktor lain yang lebih mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. Walaupun seorang mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik tetapi jika tidak diaplikasikan dengan benar dalam kehidupan sehari – hari maka tidak berpengaruh dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Penyebab mahasiswa memiliki perilaku konsumtif karena kurang bisa membedakan antara keinginan dan kebutuhan, mudahnya terpengaruh lingkungan sekitar juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, misalnya mudah terpengaruh dengan teman untuk membeli sesuatu, apalagi di jaman sekarang ini dengan adanya media sosial yang digunakan sebagai media promosi dapat menarik minat seseorang untuk berbelanja. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Deviyanti, 2020).

Pengaruh E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis data uji t pada tabel 10 dapat dilihat bahwa *E-wallet* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. Artinya bahwa Penggunaan *e-wallet* memberikan pengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin sering mahasiswa menggunakan *e-wallet* untuk melakukan pembayaran maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan manfaat yang diberikan dalam penggunaan *e-wallet* sebagai alat pembayaran biasanya juga dalam penggunaan *e-wallet* memberikan banyak promosi dan diskon yang diberikan dari aplikasi *e-wallet* sehingga menarik perhatian mahasiswa untuk berbelanja contohnya jika seorang individu berbelanja dengan nominal tertentu dan melakukan pembayaran dengan menggunakan *e-wallet* akan mendapatkan diskon ataupun *cashback*. Selain itu *e-wallet* mempermudah seseorang dalam melakukan transaksi pembayaran, seseorang dapat melakukan pembayaran tanpa harus membawa uang cukup melalui *smartphone* kapanpun dan dimanapun sudah dapat melakukan transaksi pembayaran yang diinginkan sehingga dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam berbelanja.. Hasil penelitian ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh (Fikri, 2021).

Pengaruh Literasi Keuangan dan E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 9 (uji F) menyatakan bahwa literasi keuangan dan *e-wallet* secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Indonesia Pontianak. Besarnya pengaruh literasi keuangan dan *e-wallet* secara simultan terhadap perilaku konsumtif adalah 16,1%.

VI. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Tidak terdapat pengaruh signifikan literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa STIE Indonesia Pontianak berdasarkan hasil nilai t hitung sebesar $1,229 < t$ tabel sebesar 1,995 dengan nilai signifikan $0,223 > 0,05$.
2. Penggunaan *E-wallet* (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan nilai t hitung $2,358 > t$ tabel 1,995 dengan nilai signifikan sebesar $0,021 < 0,05$.
3. Literasi keuangan (X1) dan *E-wallet* (X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar $6,607 > F$ Tabel 3,13 dengan nilai signifikan $0,02 < 0,05$. Literasi keuangan (X1) dan *E-wallet* (X2) memiliki pengaruh sebesar 16,1% sedangkan 83,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Adapun saran yang dapat penulis berikan saran :

1. Bagi mahasiswa.
Dengan adanya kemajuan teknologi salah satunya *fintech e-wallet* agar dapat dipergunakan dengan lebih bijak sehingga tidak berdampak terhadap perilaku konsumtif, misalnya tidak mudah tergiur terhadap promo – promo yang ditawarkan jika melakukan pembayaran dengan menggunakan *e-wallet*.
2. Bagi penelitian selanjutnya.
Agar dapat menambah variabel bebas lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini dalam mengukur faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan lebih memperluas lagi objek penelitiannya tidak hanya sekedar mahasiswa saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., Wahyudin, & Siswantini, T. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa Upn Veteran Jakarta Di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 74–85. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/jrb/%0AANALISIS>
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrument Penelitian dan Penilaian Program*. Pustaka Belajar.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(2), 79–83. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v1i2.3285>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*. https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Deviyanti, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar. *Eprints Repository Universitas Negeri Makassar*. <http://eprints.unm.ac.id/16919/>
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56–77. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>
- Fikri, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB USU*. Universitas Sumatera Utara.
- Malau, H. (2018). *Manajemen Pemasaran*. CV. Alfabeta.
- Mubarokah, S., & Rita, M. R. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211–220. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.24139>
- 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>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- OJK. (2020). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI 2021 - 2025). *Otoritas Jasa Keuangan*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-SNLKI-2021---2025.aspx>
- PDDIKTI. (n.d.). *No Title*. https://pddikti.kemdikbud.go.id/data_pt/QTQwMDBENjAtOUQ0My00M0EzLUIyOEMtMzIjFRjcxNTczOTcw
- Sahanaya, G. A. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce di Indonesia. *Seminar Nasional Teknologi Pendidikan*, 1(1), 126–131. <https://ojs.unm.ac.id/tekipend/article/view/22613>
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 8(4), 1–9.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Kedua)*. Alfabeta.
- Sutejo, D. A. (2021). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 10(1). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/7784>