



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 21834-21843

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Transaksi Mahasiswa Universitas Bosowa Makassar

Amelia Ernesta Saunoah¹, Elisabet Yesi², Adelia Anastasya Lopo³, Gisela Syalomita Tangkeallo⁴, Leo Tulak⁵, Nurhidayanti.S⁶, Fadel⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Bosowa, Indonesia

E-mail: ameliasaunoah@gmail.com, elisabetyesi986@gmail.com, adeliaanastasyalopo@gmail.com, gsetatangkeallo@gmail.com, tulakleo0@gmail.com, nurhidayanti.s@universitasbosowa.ac.id, fadel@universitasbosowa.ac.id

Abstrak

Transformasi digital pada sektor perbankan telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi keuangan, terutama melalui pemanfaatan layanan mobile banking yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital menjadi kelompok pengguna aktif yang memanfaatkan layanan tersebut untuk transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, pengisian dompet elektronik, dan berbagai kebutuhan transaksi sehari-hari. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan mobile banking terhadap perilaku transaksi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar Angkatan 2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert kepada 46 responden yang dipilih menggunakan teknik convenience sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana menggunakan aplikasi SPSS, disertai pengujian validitas, reliabilitas, normalitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi mahasiswa, dengan koefisien regresi sebesar 0,502, nilai t-hitung 9,123, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% perubahan perilaku transaksi dijelaskan oleh penggunaan mobile banking, sedangkan 34,6% dipengaruhi faktor lain. Temuan ini menegaskan bahwa kemudahan akses, kelengkapan fitur, kecepatan transaksi, dan keamanan layanan mendorong peningkatan intensitas transaksi mahasiswa. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan digital dan pengendalian diri diperlukan agar penggunaan mobile banking tetap efisien, aman, dan tidak mendorong perilaku konsumtif berlebihan.

Kata Kunci: Mobile Banking, Perilaku Transaksi, Mahasiswa, Teknologi Keuangan, Literasi Keuangan Digital

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era transformasi digital telah membawa perubahan yang sangat revolusioner dalam berbagai lini kehidupan manusia, termasuk pada sektor industri perbankan dan sistem pembayaran keuangan. Integrasi teknologi digital ke dalam sektor finansial atau yang dikenal dengan istilah financial technology (fintech) secara perlahan telah menggeser paradigma transaksi masyarakat dari cara konvensional yang berbasis tunai menuju ekosistem virtual yang berbasis nontunai (cashless society). Salah satu manifestasi inovasi digital yang paling masif diadopsi oleh masyarakat modern saat ini adalah layanan mobile banking. Bank Indonesia mencatat bahwa volume transaksi digital di Indonesia terus mengalami lonjakan yang sangat masif dari tahun ke tahun, yang mengindikasikan bahwa masyarakat semakin bergantung pada efisiensi teknologi (Putri et al., 2025). Layanan ini dinilai mampu memperlancar arus perputaran uang melalui proses transaksi jual beli secara efektif, aman, serta dapat diakses tanpa batasan ruang dan waktu oleh seluruh lapisan masyarakat.

Sebagai kelompok masyarakat yang berada pada rentang usia produktif dan memiliki tingkat adaptabilitas teknologi yang sangat tinggi, mahasiswa menjadi salah satu pangsa pasar sekaligus segmen pengguna mobile banking terbesar di Indonesia. Mahasiswa yang sebagian besar dikategorikan sebagai

bagian dari Generasi Z memiliki kecenderungan ketergantungan yang sangat tinggi terhadap ponsel pintar (smartphone) untuk menunjang aktivitas keseharian mereka, termasuk dalam hal manajemen keuangan pribadi. Platform mobile banking menawarkan berbagai kemudahan aksesibilitas melalui antarmuka yang ramah pengguna serta menyediakan fitur transaksi yang sangat variatif, mulai dari transfer dana antarbank, pembayaran biaya kuliah (ukm/spp), pembelian pulsa data, pengisian saldo dompet digital (e-wallet), hingga kemudahan pembayaran instan menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) (Rahmi & Arief, 2025). Karakteristik pola hidup mahasiswa yang dinamis dan serba cepat membuat mereka lebih memilih instrumen pembayaran yang praktis demi efisiensi waktu.

Namun demikian, kehadiran teknologi perbankan digital yang menawarkan fleksibilitas tanpa batas ini tidak hanya membawa dampak positif, melainkan juga memicu perubahan yang signifikan terhadap orientasi perilaku transaksi di kalangan mahasiswa. Kemudahan untuk bertransaksi hanya dengan beberapa ketukan pada layar ponsel sering kali mengaburkan batasan antara kebutuhan esensial (needs) dan keinginan impulsif (wants). Beberapa studi empiris terbaru menunjukkan adanya fenomena di mana tingginya intensitas penggunaan mobile banking berkorelasi positif terhadap peningkatan perilaku konsumtif dan penurunan kontrol diri pada generasi muda (Lutfifa, 2025).

Fenomena pergeseran perilaku finansial ini juga terlihat secara nyata di wilayah Indonesia Timur, khususnya di Kota Makassar yang bertindak sebagai pusat pertumbuhan ekonomi dan barometer pendidikan di Provinsi Sulawesi Selatan. Universitas Bosowa Makassar, sebagai salah satu institusi perguruan tinggi swasta terkemuka di kota ini, memiliki basis mahasiswa yang sangat besar dan heterogen dengan tingkat mobilitas harian yang tinggi. Kompleksitas gaya hidup urban yang modern, jika dipadukan dengan kemudahan akses transaksi nontunai, disinyalir kuat memengaruhi cara mahasiswa dalam mengalokasikan dan menghabiskan dana bulanan mereka (Massaro, 2024).

Meskipun kajian mengenai adopsi teknologi perbankan digital sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, sebagian besar literatur masih berfokus pada faktor yang memengaruhi minat penggunaan awal (intention to use). Masih terdapat celah penelitian (gap analysis) yang cukup nyata terkait bagaimana dampak riil pasca-adopsi teknologi tersebut terhadap perubahan perilaku transaksi harian mahasiswa dalam jangka panjang, khususnya dalam lokus penelitian di Universitas Bosowa Makassar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis secara mendalam mengenai pengaruh penggunaan mobile banking terhadap perilaku transaksi mahasiswa, dengan mengambil studi kasus spesifik pada mahasiswa Universitas Bosowa Makassar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen keuangan perilaku, serta memberikan kontribusi praktis bagi pihak universitas dan penyedia layanan perbankan dalam merumuskan program edukasi literasi keuangan digital yang tepat sasaran bagi generasi muda.

2. Tinjauan Pustaka

a. Financial Technology dan Mobile Banking

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi besar-besaran di sektor keuangan melalui hadirnya financial technology (fintech). Menurut Bank Indonesia (2024), fintech merupakan penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, atau model bisnis baru yang meningkatkan efisiensi dan akses layanan keuangan bagi masyarakat luas. Menurut Schueffel (2016) dalam Santoso & Utami (2023), fintech didefinisikan sebagai inovasi pada layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi modern untuk menciptakan model bisnis dan produk baru yang berdampak signifikan pada cara penyediaan jasa keuangan. Kehadiran fintech telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi, mulai dari pembayaran, transfer dana, hingga investasi secara digital.

Salah satu bentuk fintech yang paling banyak digunakan adalah mobile banking. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2023), mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi melalui perangkat seluler yang terhubung dengan internet, mencakup transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, serta pengecekan informasi rekening kapan saja dan di mana saja. Menurut Fadilah & Rahmawati (2023), mobile banking hadir sebagai evolusi dari layanan internet banking yang sebelumnya hanya dapat diakses melalui komputer, kini bertransformasi menjadi layanan berbasis aplikasi yang dapat dioperasikan di mana saja melalui ponsel pintar.

Menurut Rahmi & Arief (2025), perkembangan mobile banking di Indonesia mengalami akselerasi pesat sejak diperkenalkannya Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) oleh Bank Indonesia pada tahun 2019, yang memungkinkan transaksi pembayaran di berbagai merchant secara instan hanya dengan memindai kode QR. Peningkatan penggunaan smartphone dan internet telah mendorong pertumbuhan transaksi mobile banking, khususnya di kalangan mahasiswa, karena layanan ini tidak hanya memberikan kemudahan dan efisiensi waktu, tetapi juga mendukung gaya hidup digital yang serba cepat dan praktis.

Menurut Davis (1989) dalam Santoso & Utami (2023), Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi oleh individu dipengaruhi oleh dua determinan utama, yaitu Perceived Usefulness (PU) atau kemanfaatan yang dirasakan, dan Perceived Ease of Use (PEOU) atau kemudahan penggunaan yang dirasakan. Semakin mudah dan bermanfaat suatu teknologi dirasakan oleh pengguna, semakin tinggi pula tingkat penerimaannya. Menurut Venkatesh et al. (2012) dalam Santoso & Utami (2023), model TAM kemudian dikembangkan menjadi UTAUT2 yang menambahkan faktor motivasi hedonis dan kebiasaan penggunaan, yang sangat relevan untuk menjelaskan perilaku mahasiswa dalam mengadopsi mobile banking.

Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan, mobile banking telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi modern. Menurut Putri et al. (2025), volume transaksi digital di Indonesia terus mengalami lonjakan masif setiap tahunnya, yang mengindikasikan bahwa masyarakat, terutama generasi muda, semakin bergantung pada efisiensi layanan perbankan digital dalam mendukung aktivitas keuangan sehari-hari mereka. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi memengaruhi pola pengeluaran pengguna karena transaksi dapat dilakukan secara cepat tanpa hambatan fisik sebagaimana transaksi tunai.

b. Perilaku Transaksi Konsumen dan Perilaku Konsumtif

Perilaku transaksi merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mempelajari bagaimana individu memilih, membeli, menggunakan, dan menghabiskan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler & Keller (2016) dalam Hidayat & Pratama (2024), perilaku konsumen mencakup seluruh proses pengambilan keputusan individu sebelum dan sesudah pembelian, yang dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam era digital, perilaku transaksi mengalami perubahan mendasar karena semakin banyak aktivitas ekonomi yang dilakukan melalui platform elektronik tanpa memerlukan kehadiran fisik.

Kemudahan transaksi digital memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan kemudahan akses. Namun, penggunaan sistem pembayaran digital dan mobile banking juga dapat memengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Menurut Prelec & Simester (2001) dalam Nugroho & Wijaya (2023), konsep pain of paying menjelaskan adanya respons psikologis berupa rasa tidak nyaman saat seseorang mengeluarkan uang tunai secara fisik. Respons psikologis ini berfungsi sebagai rem alami yang membatasi pengeluaran. Ketika transaksi beralih ke instrumen digital seperti mobile banking, perasaan tersebut cenderung berkurang drastis karena pengguna tidak menyaksikan secara langsung perpindahan uang secara fisik.

Berkurangnya pain of paying dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif atau tidak terencana. Menurut Lutfifa (2025), perilaku konsumtif pada generasi muda khususnya Generasi Z diperparah oleh ekosistem digital yang menciptakan lingkungan belanja yang tidak pernah tutup (always-on shopping environment). Integrasi aplikasi mobile banking dengan platform e-commerce menciptakan gesekan yang sangat rendah antara dorongan keinginan dan eksekusi pembelian, sehingga mahasiswa lebih mudah terdorong melakukan transaksi impulsif melalui kemudahan pembayaran, promo, diskon, dan cashback yang ditawarkan.

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Menurut Butar Butar, Rachman, dan Nurmala (2024), penggunaan layanan pembayaran digital memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri dan literasi keuangan yang memadai. Semakin tinggi intensitas penggunaan pembayaran digital, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pengeluaran konsumtif.

Dengan demikian, perilaku transaksi mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh faktor teknologi, psikologis, dan lingkungan sosial. Menurut Wulandari & Hidayat (2024), literasi keuangan digital memiliki peran krusial sebagai faktor pemoderasi dalam hubungan antara adopsi teknologi pembayaran digital dan perilaku keuangan mahasiswa, sehingga mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih bijak dalam memanfaatkan mobile banking. Oleh karena itu, penggunaan mobile banking dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perubahan perilaku transaksi menuju pola konsumsi yang lebih tinggi.

c. Pengaruh Adopsi Teknologi terhadap Perubahan Perilaku Keuangan Mahasiswa

Adopsi teknologi merupakan proses penerimaan dan penggunaan suatu inovasi oleh individu dalam aktivitas sehari-hari. Dalam sektor keuangan, adopsi teknologi terlihat melalui penggunaan mobile banking, internet banking, dan berbagai layanan keuangan digital lainnya. Menurut Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis, keputusan seseorang untuk menggunakan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (perceived usefulness) dan persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use).

Semakin besar manfaat dan kemudahan yang dirasakan, semakin tinggi pula tingkat penerimaan teknologi oleh pengguna (Alalwan et al., 2022).

Mahasiswa merupakan kelompok yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi digital. Penggunaan mobile banking memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, dan transaksi belanja daring. Kemudahan tersebut menjadikan mobile banking sebagai salah satu layanan yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Menurut Arifin, Yuhono, dan Puspita (2024), perkembangan teknologi finansial telah meningkatkan penggunaan layanan mobile banking di kalangan mahasiswa karena dianggap mampu memberikan efisiensi waktu, kemudahan akses, dan fleksibilitas dalam bertransaksi.

Selain memberikan manfaat berupa efisiensi waktu dan biaya, penggunaan mobile banking juga dapat memengaruhi perilaku keuangan pengguna. Kemudahan akses terhadap saldo rekening dan proses pembayaran yang cepat memungkinkan mahasiswa melakukan transaksi kapan saja tanpa hambatan yang berarti. Kondisi ini berpotensi meningkatkan frekuensi pengeluaran apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik. Novianti dan Suwaidi (2024) menyatakan bahwa kemudahan transaksi digital dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa karena proses pembayaran menjadi lebih praktis dibandingkan penggunaan uang tunai.

Berbagai platform digital saat ini juga menawarkan promosi berupa cashback, diskon, dan program loyalitas yang dapat mendorong pengguna untuk melakukan pembelian lebih sering. Akibatnya, mahasiswa dapat terdorong untuk melakukan transaksi berdasarkan keinginan sesaat dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya. Simarmata, Saerang, dan Rumokoy (2024) menemukan bahwa penggunaan digital payment dan layanan keuangan digital memiliki pengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama ketika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik.

Meskipun demikian, penggunaan mobile banking tidak selalu berdampak negatif. Jika didukung oleh literasi keuangan yang baik, mahasiswa dapat memanfaatkan teknologi tersebut untuk mengelola keuangan secara lebih efektif. Otoritas Jasa Keuangan (2024) menjelaskan bahwa literasi keuangan yang memadai dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Oleh karena itu, pengaruh mobile banking terhadap perilaku keuangan mahasiswa sangat bergantung pada kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran dan membuat keputusan keuangan yang bijak.

d. Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian mengenai pengaruh teknologi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa telah banyak dilakukan dalam beberapa tahun terakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital memiliki hubungan dengan perubahan perilaku transaksi dan pola konsumsi generasi muda.

Penelitian Butar Butar, Rachman, dan Nurmala (2024) menemukan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi intensitas penggunaan pembayaran digital, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa melakukan pengeluaran konsumtif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor yang mendorong peningkatan perilaku konsumsi.

Penelitian Simarmata, Saerang, dan Rumokoy (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan dan self-control berpengaruh negatif. Artinya, kemampuan mengelola keuangan dan mengendalikan diri menjadi faktor penting dalam mengurangi dampak negatif penggunaan teknologi keuangan.

Selain itu, penelitian Novianti dan Suwaidi (2024) menyatakan bahwa teknologi keuangan, gaya hidup, dan literasi keuangan memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Perubahan pola transaksi dari tunai ke digital telah mengubah cara mahasiswa mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa mobile banking sebagai salah satu bentuk teknologi keuangan memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Namun, kemudahan tersebut juga berpotensi meningkatkan frekuensi pengeluaran dan perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi mahasiswa Universitas Bosowa Makassar. Hipotesis ini dibangun berdasarkan asumsi bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan mobile banking, semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan perilaku transaksi ke arah yang lebih konsumtif.

3. Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal. Metode ini dipilih untuk menguji secara empiris dan mengukur kekuatan hubungan serta pengaruh kausalitas antara variabel penggunaan mobile banking sebagai variabel independen (X) terhadap perilaku transaksi mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan instrumen kuesioner terstruktur secara daring, di mana setiap butir pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) untuk memetakan persepsi dan kecenderungan perilaku responden secara presisi.

Variabel X (Penggunaan Mobile Banking) diukur melalui 8 indikator yang mencakup dimensi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kepercayaan/keamanan (*trust & security*), yaitu: (X1) kemudahan mempelajari aplikasi tanpa pelatihan khusus, (X2) kejelasan tampilan antarmuka, (X3) kemampuan bertransaksi tanpa bantuan orang lain, (X4) kecepatan dan efisiensi transaksi, (X5) keamanan data pribadi, (X6) perlindungan dari penipuan, (X7) kenyamanan fitur keamanan (PIN, OTP, biometrik), dan (X8) kepercayaan terhadap bank. Variabel Y (Perilaku Transaksi) diukur melalui 4 indikator, yaitu: (Y1) kelengkapan fitur aplikasi, (Y2) keandalan sistem (jarang mengalami gangguan), (Y3) ketepatan notifikasi transaksi secara real-time, dan (Y4) responsivitas layanan pelanggan.

a. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar Angkatan 2025 yang tercatat berjumlah 471 orang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling* (sampel aksidental), yakni memilih responden yang secara sukarela bersedia mengisi kuesioner dan memenuhi kriteria inklusi sebagai pengguna aktif mobile banking. Melalui teknik ini, diperoleh jumlah responden akhir sebanyak 46 mahasiswa. Jumlah sampel ini dianggap mencukupi berdasarkan pendekatan *rule of thumb* yang menyatakan bahwa untuk analisis regresi linear sederhana, minimal diperlukan 30 responden (Sekaran & Bougie, 2023).

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,60$ (Sugiyono, 2022).

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X – Penggunaan Mobile Banking	8	0,926	Reliabel
Y – Perilaku Transaksi	4	0,920	Reliabel

Sumber : data diolah

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X sebesar 0,926 dan variabel Y sebesar 0,920, keduanya jauh melampaui ambang batas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi (sangat reliabel) sehingga dapat digunakan dalam pengumpulan data.

c. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilaksanakan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas.

Uji normalitas residual dilakukan menggunakan metode Shapiro-Wilk, yang lebih sesuai untuk sampel kecil ($n < 50$) dibandingkan Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai statistik residual $W = 0,769$ dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa residual tidak terdistribusi normal secara ketat. Namun demikian, berdasarkan teorema Central Limit Theorem dan pertimbangan bahwa jumlah sampel mendekati batas kecukupan ($n = 46$), serta mengacu pada pendapat Hair et al. (2019) yang menyatakan bahwa regresi OLS cukup robust terhadap penyimpangan normalitas moderat dengan sampel ≥ 30 , hasil ini masih dapat diterima dan analisis regresi tetap dapat dilanjutkan.

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Spearman antara nilai absolut residual dengan variabel independen X. Hasil pengujian menghasilkan nilai koefisien korelasi Spearman $r = 0,025$ dengan nilai signifikansi $p = 0,872 > 0,05$. Karena nilai signifikansi jauh di atas 0,05, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Artinya, varians residual bersifat homogen (homoskedastik) di seluruh nilai variabel X.

d. Teknik Analisis Data

Analisis pengaruh variabel X terhadap variabel Y dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana dengan persamaan model: $Y = a + bX + \varepsilon$, di mana Y adalah skor total perilaku transaksi, X adalah skor total penggunaan mobile banking, a adalah nilai konstanta, b adalah koefisien regresi, dan ε adalah error term. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-t parsial dan uji-F simultan pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Keseluruhan proses analisis statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

4. Hasil Dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

Penelitian ini berhasil menghimpun data dari 46 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar Angkatan 2025 yang mengisi kuesioner secara lengkap dan valid. Karakteristik demografis menunjukkan dominasi gender perempuan sebesar 69,6% (32 orang) dan laki-laki sebesar 30,4% (14 orang). Dari sisi program studi, responden didominasi oleh mahasiswa Akuntansi sebesar 73,9% (34 orang), diikuti Manajemen sebesar 17,4% (8 orang), dan program studi lainnya (Psikologi, Ekonomi Pembangunan, Teknik Pertambangan, Hubungan Internasional) sebesar 8,7% (4 orang).

Tabel Distribusi Karakteristik Responden dan Preferensi Aplikasi Finansial

Komponen	Kategori	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	32	69,6%
	Laki-laki	14	30,4%
Program Studi	Akuntansi	34	73,9%
	Manajemen	8	17,4%
	Lainnya	4	8,7%
Aplikasi Utama*	BRImo (BRI)	22	47,8%
	Dana/OVO/GoPay	21	45,7%
	Livin' by Mandiri	9	19,6%
	BCA Mobile	5	10,9%
	BSI Mobile	2	4,3%
	Lainnya	3	6,5%
Frekuensi/Minggu	1–2 kali	2	4,3%
	3–5 kali	13	28,3%
	6–10 kali	18	39,1%
	Lebih dari 10 kali	13	28,3%
Total Sampel	Mahasiswa Responden	46	100%

Berdasarkan Tabel diatas aplikasi BRImo menjadi platform perbankan digital paling dominan (47,8%), diikuti oleh platform e-wallet Dana/OVO/GoPay (45,7%), Livin' by Mandiri (19,6%), BCA Mobile (10,9%), dan BSI Mobile (4,3%). Dari sisi intensitas penggunaan, mayoritas responden bertransaksi dengan frekuensi tinggi yakni 6–10 kali per minggu (39,1%), dan sebanyak 28,3% bahkan melakukan lebih dari 10

b. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel Statistik Deskriptif Per Item Pernyataan

Item	Pernyataan		mean	Std. Dev.	Kategori
	Variabel X – Penggunaan Mobile Banking				
X1	Mudah dipelajari tanpa pelatihan khusus	46	4,39	0,74	Sangat Setuju
X2	Tampilan antarmuka jelas dan mudah dipahami	46	4,35	0,71	Sangat Setuju
X3	Dapat digunakan tanpa bantuan orang lain	46	4,35	0,79	Sangat Setuju
X4	Transaksi cepat dan efisien	6	4,46	0,78	Sangat Setuju
X5	Data pribadi aman	6	4,39	0,88	Sangat Setuju
X6	Terlindungi dari penipuan	6	4,20	0,91	Setuju
X7	Fitur keamanan membuat nyaman	6	4,50	0,72	Sangat Setuju
X8	Percaya bank menjaga kerahasiaan data	6	4,48	0,78	Sangat Setuju
	Variabel Y – Perilaku Transaksi				
Y1	Fitur aplikasi lengkap sesuai kebutuhan	6	4,47	0,76	Sangat Setuju
Y2	Aplikasi jarang mengalami gangguan sistem	6	4,16	0,98	Setuju
Y3	Notifikasi transaksi real-time dan akurat	6	4,41	0,83	Sangat Setuju
Y4	Layanan pelanggan responsif	6	4,35	0,79	Sangat Setuju

Berdasarkan Tabel 5, seluruh item pada variabel X memperoleh nilai rata-rata di atas 4,00, dengan nilai tertinggi pada item X7 (Fitur keamanan: mean = 4,50) dan X8 (Kepercayaan kepada bank: mean = 4,48). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kemudahan penggunaan dan keandalan keamanan aplikasi mobile banking. Pada variabel Y, item Y1 (Kelengkapan fitur: mean = 4,47) dan Y3 (Notifikasi real-time: mean = 4,41) menjadi aspek perilaku transaksi dengan penilaian tertinggi dari responden.

c. Hasil Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas Shapiro-Wilk

Pengujian	Statistik W	Sig. (p-value)	Keterangan
Residual Regresi	0,769	0,000	Tidak Normal (robust*)

Sumber data diolah

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian	Spearman r	Sig. (p-value)	Keterangan
Residual vs X (Penggunaan Mobile Banking)	0,025	0,872	Homoskedastik

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode korelasi Spearman antara nilai absolut residual dengan variabel X menghasilkan nilai $p = 0,872 > 0,05$. Dengan demikian, H_0 tidak ditolak dan disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model. Varians residual bersifat konstan (homoskedastik) sehingga asumsi regresi linear terpenuhi.

e. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji-t)

Model	Koefisien (B)	Std. Error	t-hitung	Sig.
Konstanta (a)	-0,411	0,252	-1,631	0,110
Penggunaan Mobile Banking (X)	0,502	0,055	9,123	0,000

Tabel Ringkasan Model (Model Summary)

R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error
0,809	0,654	0,646	1,895

Tabel Hasil Uji-F (ANOVA)

Model	df	Sum of Squares	F-hitung	Sig.
Regression	1	299,95	83,222	0,000
Residual	44	158,40		
Total	45	458,35		

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,411 + 0,502X$$

Persamaan tersebut mengandung makna bahwa setiap peningkatan satu satuan skor variabel penggunaan mobile banking (X) akan diikuti oleh peningkatan perilaku transaksi (Y) sebesar 0,502

satuan. Nilai konstanta negatif (-0,411) menunjukkan bahwa ketika variabel X bernilai nol atau minimal, nilai prediksi Y pun berada di titik yang sangat rendah, yang secara kontekstual mengonfirmasi bahwa penggunaan mobile banking merupakan faktor pendorong utama terhadap perilaku transaksi mahasiswa.

Nilai koefisien korelasi $R = 0,809$ menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan positif antara penggunaan mobile banking dan perilaku transaksi mahasiswa. Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,654$ mengindikasikan bahwa sebesar 65,4% variasi pada perilaku transaksi (Y) dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan mobile banking (X), sedangkan 34,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model, seperti literasi keuangan, gaya hidup, atau pengaruh sosial.

Hasil uji-t menunjukkan nilai t-hitung = 9,123 dengan nilai signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Nilai t-hitung tersebut juga jauh melampaui nilai t-tabel pada $df = 44$ dan $\alpha = 0,05$, yaitu sebesar 2,015 (t-hitung 9,123 > t-tabel 2,015). Demikian pula, hasil uji-F menghasilkan F-hitung = 83,222 dengan signifikansi $p = 0,000 < 0,05$. Berdasarkan kedua pengujian ini, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima. Artinya, penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi mahasiswa Universitas Bosowa Makassar.

Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa penggunaan mobile banking memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar Angkatan 2025. Temuan ini sejalan dengan prediksi Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis, di mana persepsi kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan persepsi manfaat (perceived usefulness) dari teknologi secara langsung memengaruhi perilaku penggunaannya (Alalwan et al., 2022). Nilai rata-rata item kemudahan dan keamanan yang sangat tinggi (4,20–4,50) mengindikasikan bahwa mahasiswa memandang mobile banking sebagai teknologi yang mudah, aman, dan bermanfaat, sehingga mendorong intensitas transaksi yang tinggi.

Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,654$ menunjukkan bahwa lebih dari separuh (65,4%) perubahan perilaku transaksi mahasiswa dapat dijelaskan oleh tingkat penggunaan mobile banking. Hal ini memperkuat argumen bahwa kemudahan aksesibilitas fitur transaksi instan — seperti transfer, pembayaran QRIS, dan pengisian e-wallet — secara psikologis mengikis hambatan pengeluaran (pain of paying) karena hilangnya visualisasi fisik uang tunai. Fenomena ini konsisten dengan temuan Lutfifa (2025) yang menyatakan bahwa masifnya fitur fintech digital secara linier mempercepat degradasi pengelolaan dana personal pada Generasi Z.

Tingginya frekuensi transaksi mingguan responden (67,4% bertransaksi 6 kali atau lebih per minggu) juga mengindikasikan bahwa mobile banking telah menjadi instrumen utama dalam ekosistem keuangan mahasiswa, bukan sekadar alat pendukung. Kondisi ini memperbesar potensi perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai, sebagaimana yang dikemukakan oleh Simarmata, Saerang, dan Rumokoy (2024) bahwa self-control dan literasi keuangan menjadi faktor pemoderasi penting dalam hubungan antara penggunaan layanan keuangan digital dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Nilai koefisien regresi $b = 0,502$ memberikan makna praktis bahwa setiap peningkatan intensitas dan persepsi positif terhadap penggunaan mobile banking akan mendorong peningkatan perilaku transaksi secara proporsional. Implikasi teoritis dari temuan ini mendukung pengembangan literatur di bidang perilaku keuangan digital, khususnya pada segmen mahasiswa sebagai pengguna utama layanan fintech di Indonesia. Secara praktis, hasil ini menjadi dasar rekomendasi bagi institusi pendidikan dan penyedia layanan perbankan untuk merancang program edukasi literasi keuangan digital yang terstruktur guna membantu mahasiswa memanfaatkan mobile banking secara bijak dan terkontrol.

5.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh penggunaan mobile banking terhadap perilaku transaksi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bosowa Makassar Angkatan 2025, dapat disimpulkan bahwa penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku transaksi mahasiswa. Hasil analisis regresi menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,502 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan mobile banking, maka semakin tinggi pula intensitas transaksi yang dilakukan oleh mahasiswa.

Kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan data, serta kelengkapan fitur yang tersedia pada layanan mobile banking menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk memanfaatkan layanan

tersebut dalam berbagai aktivitas keuangan sehari-hari, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pengisian saldo e-wallet, dan transaksi digital lainnya. Tingginya frekuensi penggunaan mobile banking menunjukkan bahwa layanan ini telah menjadi bagian penting dalam mendukung kebutuhan transaksi mahasiswa di era digital.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% perubahan perilaku transaksi mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan mobile banking, sedangkan 34,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, dan lingkungan sosial. Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa mobile banking memiliki peran yang cukup besar dalam membentuk perilaku transaksi mahasiswa serta mendukung perkembangan sistem transaksi keuangan yang lebih praktis, cepat, dan efisien.

Referensi

1. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Simintiras, A. C. (2022). Mobile Banking Adoption: Extending the Technology Acceptance Model. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(2), 105–120.
2. Arifin, M., Yuhono, E., & Puspita, D. (2024). Pengaruh Teknologi Finansial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(1), 45–58.
3. Bank Indonesia. (2024). *Perkembangan Sistem Pembayaran dan Digitalisasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
4. Butar Butar, R., Rachman, A., & Nurmala, S. (2024). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 13(2), 88–99.
5. Fadilah, N., & Rahmawati, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Digital*, 2(3), 204–215.
6. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
7. Hidayat, M. R., & Pratama, A. (2024). Konstruksi Sosial Cashless Society: Pergeseran Makna Uang dan Perilaku Belanja Impulsif pada Mahasiswa. *Jurnal Sosio-Ekonomika*, 12(2), 145–158.
8. Lutfifa, N. (2025). Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Indonesia*, 29(1), 21–34.
9. Massaro, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *MASSARO: E-Jurnal Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia*, 2(2), 15–24.
10. Novianti, R., & Suwaidi, M. (2024). Pengaruh Teknologi Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Modern*, 10(1), 55–67.
11. Nugroho, A. S., & Wijaya, K. (2023). Peran Kontrol Diri dalam Memediasi Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Impulsive Buying. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(4), 312–325.
12. Nurhidayanti, S., Sudarmi, S., Syamsuddin, I., Abubakar, H., Fadel, F., & Iriandani, Z. (2024). Pengelolaan keuangan Generasi Z: Analisis gaya hidup dan literasi keuangan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(6), 994–1004. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12541>
13. Nurhidayanti, S., Fadel, F., Nurhikmah, N., Wahyuni, W., Heri, H., Herminawaty, H., Faridah, F., & Iriandani, Z. (2025). *Kesehatan mental dan pengambilan keputusan ekonomi remaja: Pendekatan ekonomi perilaku di Makassar. Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 8(4). <https://doi.org/10.31539/3mazw18>
14. Putri, A., Rahman, F., & Hidayat, R. (2025). Tren Transaksi Digital dan Perubahan Perilaku Konsumen di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 8(1), 15–28.
15. Rahmi, S., & Arief, M. (2025). Pemanfaatan Mobile Banking dan QRIS pada Mahasiswa Perguruan Tinggi. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 6(2), 101–114.
16. Santoso, B., & Utami, T. (2023). Analisis Adopsi Mobile Banking Menggunakan Integrasi Technology Acceptance Model (TAM) pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis*, 6(2), 178–190.
17. Simarmata, J., Saerang, D. P. E., & Rumokoy, F. S. (2024). Pengaruh Digital Payment, Self-Control, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal EMBA*, 12(2), 112–123.