



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

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

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 5023-5031

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

---

## Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial

Fahrudin<sup>1</sup>, Moh. Nurhedi<sup>2</sup>, Arief Rahman Afandy<sup>3</sup>, Moh. Sholihin<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid, Indonesia

Email: [fahrudinamin92@gmail.com](mailto:fahrudinamin92@gmail.com)\*, [muhammadnurhedi7@gmail.com](mailto:muhammadnurhedi7@gmail.com), [ariefrachmanafandy@gmail.com](mailto:ariefrachmanafandy@gmail.com), [sholihinmoh719@gmail.com](mailto:sholihinmoh719@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kemajuan teknologi keuangan (financial technology) telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan generasi milenial, khususnya dalam transaksi digital seperti penggunaan e-wallet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan financial technology terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, fokus pada siswa SMA Negeri 1 Paiton. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif kuesioner kepada 37 responden yang dipilih secara purposive. Data dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fintech tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,505 > 0,05$  dan nilai koefisien determinasi sebesar  $0,012$ , yang berarti hanya 1,2% variasi perilaku konsumtif yang dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan fintech. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti aspek psikologis, sosial, budaya, maupun gaya hidup. Dengan demikian, hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.*

*Kata kunci: Financial Technology, Generasi Milenial, Perilaku Konsumtif*

### **1. Latar Belakang**

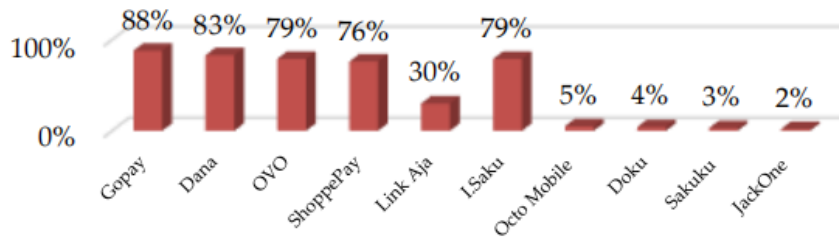
Kemajuan ekonomi digital telah mendorong lahirnya berbagai inovasi yang memadukan teknologi dengan perekonomian. Teknologi kini memegang peran penting dalam mempermudah masyarakat untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia, termasuk dalam sektor keuangan. Kemajuan teknologi multimedia juga membawa perubahan besar dalam cara seseorang belajar, mengakses, dan menyesuaikan informasi. Dengan berbagai inovasi yang terus berkembang, teknologi ini membuka peluang lebih luas bagi individu untuk memperoleh pengetahuan dengan lebih interaktif, cepat, dan efisien (Rahmawati & Narsa, 2019).

Salah satu aspek penting dari pemanfaatan teknologi informasi adalah akses internet, yang kini menjadi bagian penting dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi bisnis. Kehadiran internet membuat proses transaksi keuangan semakin mudah, cepat, dan efisien, sehingga mempermudah masyarakat dalam mengelola keuangan di era digital (Basalamah et al., 2022). Dalam konteks ini, Internet menjadi pondasi utama dalam mendorong kemajuan teknologi dan perkembangan informasi di era digital (Ferdiansyah & Triwahyuningtyas, 2021). Dari sinilah lahir sebuah inovasi yang dikenal dengan teknologi keuangan atau Financial Technology (Fintech). Kehadiran fintech bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan secara lebih praktis dan efisien (Rika Susanti 2022).

Inovasi fintech sejalan dengan program Bank Indonesia, yaitu Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) yang diluncurkan pada tahun 2014 (Purnaweni, 2023). Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen pembayaran non tunai, guna menciptakan ekosistem keuangan yang lebih modern dan aman. Salah satu contoh instrumen pembayaran non tunai yang kini populer adalah dompet digital (e-wallet).

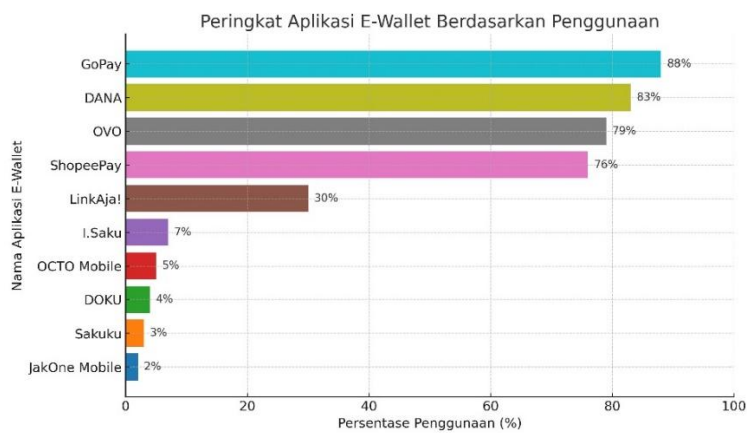
Menurut Catrina, (2020) dalam (Astuti & Faujiah, 2023) menyampaikan sebuah penelitian yang dilakukan oleh IPSOS (Institute Public de Sondage d'Opinion Secteur), perusahaan riset pasar yang dikelola oleh para profesional, menemukan bahwa penggunaan pembayaran digital semakin populer, terutama di kalangan milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 68% pengguna e-wallet berasal dari generasi milenial, yang dikenal lebih aktif dan produktif dibanding kelompok usia lainnya. Rata-rata, mereka menggunakan e-wallet setidaknya dua kali dalam seminggu. Beberapa faktor utama yang mendorong penggunaan e-wallet di kalangan milenial antara

lain: adanya berbagai promo menarik, kenyamanan dalam bertransaksi, kemudahan penggunaan, serta jaminan keamanan yang ditawarkan. Hal ini didukung dengan penelitian (Astuti & Faujiah, 2023) dengan data yang diperoleh sebagai berikut.



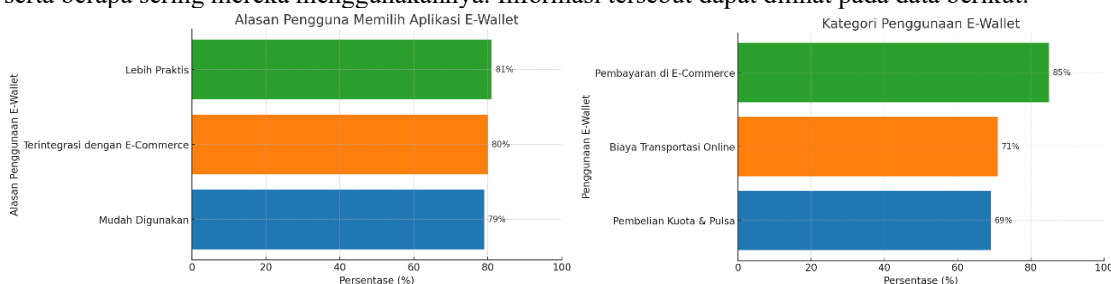
Gambar 1. E-wallet yang sering digunakan  
 Sumber: Hasya, 2022 dalam (Astuti & Faujiah, 2023)

Berdasarkan gambar diatas, aplikasi e-wallet yang paling banyak digunakan adalah Gopay dengan presentase mencapai 88%, kemudian disusul e-wallet lainnya. Berikut data Penggunaan e-wallet yang sering diakses oleh masyarakat dari survei Populix dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 2. E-wallet yang sering digunakan  
 Data: Diambil dari Populix pada Juni 2024  
 Sumber: (Kristardi, 2024).

Berdasarkan data survei Populix di atas, menunjukkan bahwa lebih dari 70% industri pasar e-wallet dikuasai oleh empat aplikasi dompet digital terbesar di Indonesia yaitu GoPay, DANA, OVO, dan ShopeePay. Dalam survei ini, Populix juga menjelaskan alasan dibalik penggunaan aplikasi e-wallet oleh 1.000 responden, serta berapa sering mereka menggunakannya. Informasi tersebut dapat dilihat pada data berikut.



Gambar 3. Alasan dan Kategori Penggunaan E-Wallet  
 Data: Diambil dari Populix pada Juni 2024  
 Sumber: (Kristardi, 2024).

Berdasarkan data diatas, sebanyak 81% menyatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi e-wallet karena aplikasi e-wallet lebih praktis, 80% karena aplikasi ewallet sudah terintegrasi dengan situs e-commerce dan 79% karena kemudahan penggunaan aplikasi. Selanjutnya, Untuk seberapa sering masyarakat menggunakan aplikasi ewallet umumnya adalah 2-3 kali seminggu. Jenis transaksi yang paling sering dilakukan meliputi 85%

untuk membayar pembelian di situs e-commerce, 71% untuk membayar biaya transportasi online dan 69% untuk pembelian kuota dan pulsa (Kristardi, 2024).

Dompot digital merupakan alat pembayaran elektronik yang memungkinkan konsumen untuk menyimpan dana dalam bentuk saldo digital di aplikasi yang terhubung dengan sistem perbankan (Luthfi and Rafik 2023). Melalui aplikasi yang ada pada ponsel pintar atau komputer, pengguna dapat melakukan berbagai transaksi secara online dengan mudah dan cepat. Pengisian saldo dapat dilakukan melalui transfer bank atau metode pembayaran lainnya, dan pengguna cukup memindai atau memilih opsi pembayaran di aplikasi untuk menyelesaikan transaksi (Mujahidin, 2020). Kehadiran e-wallet tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mendorong terbentuknya kebiasaan bertransaksi secara cashless di masyarakat.

Financial Technology (Fintech) kini menjadi bagian dari gaya hidup generasi milenial, termasuk di kalangan pelajar SMA. Di SMA Negeri 1 Paiton, banyak siswa yang mulai memanfaatkan layanan fintech seperti e-wallet untuk melakukan transaksi harian. Namun, di balik kemudahan ini juga muncul tantangan baru, salah satunya adalah kecenderungan perilaku konsumtif yang perlu menjadi perhatian.

Perilaku konsumtif merujuk pada tindakan di mana keinginan muncul untuk memperoleh barang atau memanfaatkan layanan yang hanya bertujuan untuk memenuhi kepuasan pribadi dan tidak mempertimbangkan manfaat atau kebutuhan dari barang atau layanan tersebut (Mujahidah 2020). Menurut Kotler (2000) dalam jurnal (Kuswanto et al., 2024), perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor kebudayaan mencakup budaya, sub-budaya, dan kelas sosial yang membentuk pola konsumsi individu. Dari sisi sosial, faktor seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status dalam masyarakat juga turut memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, faktor pribadi seperti usia, tahap kehidupan, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri berperan dalam menentukan kebiasaan konsumsi seseorang. Terakhir, faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, pengalaman belajar, serta keyakinan dan sikap juga berkontribusi terhadap bagaimana seseorang mengambil keputusan dalam berbelanja.

Kondisi ini menjadikan tantangan tersendiri bagi kalangan milenial, khususnya pelajar, karena pemanfaatan fintech di kalangan siswa belum sepenuhnya diimbangi dengan pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan. Banyak siswa yang menggunakan layanan fintech secara impulsif, tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kebiasaan konsumtif dan keuangan pribadi mereka. Jika dibiarkan, hal ini berisiko mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan kurangnya kontrol terhadap pengeluaran.

Hal ini menunjukkan bahwa perlunya perhatian dari berbagai pihak khususnya dalam memberikan pemahaman terkait penggunaan fintech khususnya e-wallet pada DANA dan ShopeePay secara bijak dan baik. Terlebih lagi hingga saat ini masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh fintech terhadap perilaku konsumtif pelajar tingkat SMA. Khususnya di wilayah Paiton. Sebagian besar, literatur lebih banyak menyoroti perilaku konsumen dewasa tentang literasi keuangan, sehingga belum memberikan gambaran yang utuh mengenai dampak fintech terhadap generasi muda. Literasi keuangan bukan hanya tentang memahami cara mengelola uang, tetapi lebih kepada bagaimana seseorang dapat menggunakan uang dengan bijak, menyesuaikan dengan kebutuhan daripada sekadar keinginan (Andiani & Maria, 2023).

Sebagai langkah awal, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan memahami bagaimana pengaruh fintech e-wallet pada DANA dan ShopeePay terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 1 Paiton. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya dapat meningkatkan literasi keuangan di kalangan pelajar, tetapi juga memberikan rekomendasi strategis bagi sekolah dalam membangun budaya konsumtif yang lebih bijak di era digital.

## 2. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian kuantitatif menggunakan data angka untuk mengukur dan menganalisis suatu fenomena secara objektif. Dengan pendekatan ini, berbagai aspek yang diteliti dapat dinilai secara sistematis dan terukur (Fahrudin & Aulia, 2023). Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan survei lapangan, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk mengetahui tanggapan atau persepsi mereka terhadap suatu fenomena tertentu, dalam hal ini terkait pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni hingga Juli 2025. Waktu ini dipilih karena bertepatan dengan masa aktif kegiatan belajar mengajar sehingga memudahkan proses pengumpulan data dari responden. SMA Negeri 1 Paiton, yang berlokasi di Kecamatan Paiton, Kabupaten Probolinggo yang menjadi tempat penelitian. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa sekolah tersebut memiliki siswa yang tergolong dalam kategori generasi milenial yang aktif menggunakan teknologi digital, termasuk dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

- Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. dengan Populasi seluruh siswa kelas XI dan XII, yang berjumlah 373 siswa. Sampel ditentukan sebesar 10% dari populasi, yakni 37 responden, menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria utama bahwa responden adalah pengguna aktif dompet digital atau aplikasi *fintech* lainnya.
- Data sekunder, yaitu data pendukung yang diperoleh dari dokumentasi, jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan.

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner ke subjek penelitian secara langsung, untuk redaksi kuesioner dalam penelitian ini berdasarkan variabel penelitian yaitu financial technology dan perilaku konsumtif. Kemudian menentukan indikator berdasarkan variabel tersebut, selanjutnya membuat instrumen kuesioner dan skala pengukuran menggunakan skala Guttman. Adapun indicator setiap variabel:

Variabel bebas (X) adalah *financial technology*, dengan indikator:

- Pelayanan
- Persepsi kemudahan
- Persepsi manfaat Kepercayaan
- Promosi

Variabel terikat (Y) adalah perilaku konsumtif, dengan indikator:

- Iming-iming hadiah
- Gengsi
- Potongan harga

Instrumen kuesioner disusun berdasarkan indikator di atas dan mengadaptasi instrumen yang telah digunakan oleh Mujahidin dkk. (2020). Skala pengukuran menggunakan Skala Guttman, di mana responden hanya diminta untuk memilih jawaban “ya” atau “tidak”. Kemudian kuesioner disebarkan secara langsung kepada responden yang telah ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Responden pada penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 1 Paiton. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan software SPSS versi 22, dengan tahapan analisis sebagai berikut: Uji validitas, Uji reliabilitas, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji t (parsial), Uji hipotesis dengan analisis regresi linear sederhana

### 3. Hasil dan Diskusi

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	21	53%
Laki-laki	19	48%
Jumlah	40	100.0%

Sumber: Data primer 2025

Berdasarkan Tabel 3.1, karakteristik responden dalam penelitian ini dilihat dari jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 21 orang atau sebesar 53% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 19 orang atau sekitar 48%. Dengan total keseluruhan responden sebanyak 40 orang, proporsi antara responden laki-laki dan perempuan. Dalam penelitian ini relatif seimbang, meskipun jumlah responden perempuan sedikit lebih banyak. Distribusi ini menunjukkan bahwa persebaran responden berdasarkan jenis kelamin cukup merata, sehingga memungkinkan adanya perspektif yang cukup representatif dari kedua kelompok gender dalam menjawab instrumen penelitian terkait penggunaan financial technology dan perilaku konsumtif.

#### Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk memastikan bahwa butir-butir pertanyaan dalam instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan akurat. Dengan demikian, uji ini sangat penting untuk menjamin kualitas data yang akan dianalisis. Berikut hasil dari uji validitas:

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Finansial Teknologi

Variabel	Butir	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
Finansial Teknologi (X)	P1	0,437	0,312	0,05	Valid
	P2	0,506	0,312	0,05	Valid
	P3	0,337	0,312	0,05	Valid
	P4	0,324	0,312	0,05	Valid
	P5	0,585	0,312	0,05	Valid
	P6	0,496	0,312	0,05	Valid
	P7	0,496	0,312	0,05	Valid
	P8	0,397	0,312	0,05	Valid
	P9	0,597	0,312	0,05	Valid
	P10	0,437	0,312	0,05	Valid
	P11	0,370	0,312	0,05	Valid
	P12	0,570	0,312	0,05	Valid
	P13	0,320	0,312	0,05	Valid
	P14	0,385	0,312	0,05	Valid
	P15	0,397	0,312	0,05	Valid
	P16	0,324	0,312	0,05	Valid
	P17	0,461	0,312	0,05	Valid
	P18	0,381	0,312	0,05	Valid
	P19	0,413	0,312	0,05	Valid

Sumber: Data primer tahun 2025

Tabel 3.1 menunjukkan bahwa dari 19 butir pertanyaan pada variabel Finansial Teknologi semuanya valid. Yang dapat dilihat dari tabel tersebut bahwa nilai r hitung yang diperoleh dari setiap butir, semuanya lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,312 pada tingkat signifikansi 0,05.

- Nilai r hitung untuk butir-butir pertanyaan bervariasi mulai dari 0,320 hingga 0,597.
- Nilai signifikansi (Sig.) untuk seluruh butir berada pada angka 0,05 atau lebih kecil, yang menandakan korelasi tersebut signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%.

Dengan demikian, variabel Finansial Teknologi dapat menggunakan keseluruhan butir tersebut sebagai indikator yang valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian ini.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Variabel	Butir	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
Perilaku Konsumtif	P20	0,757	0,312	0,000	Valid
	P21	0,744	0,312	0,000	Valid
	P22	0,737	0,312	0,000	Valid

Sumber: Data primer tahun 2025

Tabel 3.2 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Perilaku Konsumtif yang terdiri dari 3 butir pertanyaan. Berdasarkan tabel tersebut diperoleh informasi sebagai berikut:

- Semua nilai r hitung tersebut jauh lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,312 pada tingkat signifikansi 0,05.
- Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) untuk ketiga butir adalah 0,000, yang menunjukkan bahwa korelasi tersebut sangat signifikan secara statistik.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada variabel Perilaku Konsumtif valid dan layak digunakan sebagai indikator dalam mengukur konstruk variabel tersebut dalam penelitian ini.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi internal instrumen penelitian, yaitu seberapa stabil dan dapat dipercaya suatu variabel diukur menggunakan item-item pertanyaan yang tersedia. Salah satu ukuran yang umum digunakan adalah nilai Cronbach's Alpha.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Finansial Teknologi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.763	19

Tabel 3.4 menunjukkan hasil uji reliabilitas variabel Finansial Teknologi (X) yang terdiri dari 19 butir pertanyaan. Dari tabel tersebut diperoleh:

- Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,737, yang menunjukkan bahwa data dianggap reliabel
- Secara umum, nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7 dianggap sebagai indikator instrumen yang reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur variabel secara konsisten.
- Selain itu, nilai Cronbach's Alpha berdasarkan item yang distandarisasi sedikit lebih tinggi, yaitu 0,763, yang memperkuat bahwa instrumen tersebut memiliki konsistensi yang memadai.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konumtif

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.545	.628	3

Sementara itu, Tabel 3.4 menyajikan bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) yang terdiri dari 3 butir pertanyaan, dengan hasil sebagai berikut:

- Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,545, yang tergolong rendah dan menunjukkan konsistensi internal yang kurang memadai.
- Nilai Cronbach's Alpha berdasarkan item yang distandarisasi sedikit meningkat menjadi 0,628, namun tetap di bawah ambang batas ideal 0,7.
- Kondisi ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukuran variabel Perilaku Konsumtif masih perlu mendapat perhatian lebih lanjut, seperti revisi butir-butir pertanyaan atau penambahan jumlah item agar reliabilitasnya meningkat.

### Uji Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu Finansial Teknologi, terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif, secara parsial.

Tabel 3.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.411	.665		.617	.541
	Finansial	.029	.043	.109	.674	.505

	Teknologi				
--	-----------	--	--	--	--

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: *Output SPSS versi 22, 2025*

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada Tabel 3.5, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0.411 + 0.029X$$

Dimana:

Y = Perilaku Konsumtif

X = Finansial Teknologi

Hasil analisis dalam tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel Finansial Teknologi memiliki nilai koefisien sebesar 0.029 yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan finansial teknologi akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0.029 satuan. Namun, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.505 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai ini lebih besar dari batas signifikansi 0.05.

Nilai t hitung sebesar 0.674, yang lebih kecil dibandingkan nilai t tabel pada taraf signifikansi 5% ( $\pm 1.984$ , untuk n sekitar 30-40), juga memperkuat bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan finansial teknologi terhadap perilaku konsumtif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan finansial teknologi terhadap perilaku konsumtif.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara Finansial Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif diterima, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

### Uji Koefisien determinasi

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar variabel independen (Finansial Teknologi) mampu menjelaskan variasi atau perubahan yang terjadi pada variabel dependen (Perilaku Konsumtif).

Tabel 3.6 Hasil Uji Koefisien determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.109 <sup>a</sup>	.012	-.014	.83949

a. Predictors: (Constant), Finansial Teknologi

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: *Output SPSS versi 22, 2025*

Berdasarkan hasil yang disajikan dalam Tabel 3.6, diperoleh beberapa informasi sebagai berikut:

- Nilai R sebesar 0,109 menunjukkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel Finansial Teknologi dengan Perilaku Konsumtif sangat lemah.
- Nilai R Square sebesar 0,012 atau 1,2%, yang berarti bahwa hanya sekitar 1,2% variasi Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Finansial Teknologi. Sisanya sebesar 98,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.
- Nilai Adjusted R Square sebesar -0,014 yang negatif menandakan bahwa model regresi linear sederhana ini sangat lemah dan bahkan kurang baik dibandingkan model tanpa prediktor sama sekali (model konstan).
- Nilai Std. Error of the Estimate sebesar 0,83949 menunjukkan standar kesalahan prediksi model. Nilai ini tergolong cukup tinggi, yang mengindikasikan bahwa model kurang akurat dalam memprediksi variabel Perilaku Konsumtif berdasarkan Finansial Teknologi.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Finansial Teknologi memiliki kontribusi yang sangat kecil dalam menjelaskan perubahan Perilaku Konsumtif, dan model regresi yang digunakan belum mampu menggambarkan hubungan kedua variabel tersebut secara efektif.

### Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (Finansial Teknologi) secara parsial terhadap variabel dependen (Perilaku Konsumtif).

Tabel 3.7 Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.411	.665		.617	.541
	Finansial Teknologi	.029	.043	.109	.674	.505

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Ouput SPSS versi 22, 2025

Maka dari hasil perhitungan pada tabel 3.7 menunjukkan bahwasanya:

- Nilai t hitung untuk variabel Finansial Teknologi adalah 0.674, sedangkan nilai signifikansi (Sig.) adalah 0.505.
- Karena nilai Sig. > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa Finansial Teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.
- Artinya, meskipun koefisien regresi menunjukkan arah hubungan positif (B = 0.029), pengaruhnya tidak cukup kuat secara statistik untuk diterima dalam model pada tingkat kepercayaan 95%.

Dari hasil uji t ini, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H<sub>0</sub>) yang menyatakan "tidak terdapat pengaruh signifikan antara Finansial Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif" tidak dapat ditolak. Dengan demikian, secara parsial Finansial Teknologi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada responden yang diteliti.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dan uji signifikansi, penggunaan financial technology tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar  $0,674 < t \text{ tabel } 1,984$  dan nilai signifikansi  $0,505 > 0,05$ . Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 1,2% mengindikasikan bahwa variabel penggunaan financial technology hanya sedikit menjelaskan variasi perilaku konsumtif, sementara faktor lain yang tidak diteliti lebih dominan memengaruhi perilaku tersebut.

#### Referensi

1. Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
2. Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta. *Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209–222. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396>
3. Basalamah, R., Nurdin, N., Haekal, A., Noval, N., & Jalil, A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) Gopay Pada Generasi Milenial Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 57–71. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.93.57-71>
4. Cahyoseputro, Wibowo, and Meira Purnama Rizki. 2024. "Pengaruh Fintech Lending Terhadap Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Generasi Milennial Di Kota Bandung." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 8: 12243–59.
5. Fahrudin, F., & Aulia, N. (2023). Pengaruh Infrastruktur Ekonomi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Probolinggo. *Journal Economics and Strategy*, 4(2), 1–9. <https://doi.org/10.36490/jes.v4i2.753>
6. Ferdiansyah, A., & Triwahyuningtyas, N. (2021). Analisis Layanan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 223–235. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
7. Kristardi, F. S. (2024). 3 Dompet Digital Terbesar di Indonesia: Ulasan, Fitur, Biaya, Kelebihan dan Kekurangan. 1–19. <https://rankia.id/dompot-elektronik-terbaik-indonesia/>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1573>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

8. 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. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>
9. 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>
10. Rahmawati, R. N., & Narsa, I. M. (2019). Intention to Use e-Learning: Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM). *Owner*, 3(2), 260. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.151>
11. Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
12. Luthfi, M. N. and Rafik. A. (2023). “Determinan Penggunaan Dompot Digital Di Kalangan Mahasiswa.” *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(03):221–48.
13. Mujahidah, A. (2020). “Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)”, *Eprints Universitas Negeri Makassar*, <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970>
14. Az Zahra, H. Purnaweni, and Priyadi,(2023), "Pengaruh Sistem Pembayaran Non Tunai (Cashless) Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pengguna Layanan Brt Trans Semarang," *Journal of Public Policy and Management Review*, vol. 13 no. 1, pp. 1-9, <https://doi.org/10.14710/jppmr.v13i1.42284>
15. Rika Susanti. 2019. “Analisis Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Gunung Tua.” *Etd.Uinsyahada.Ac.Id* (0481):1–2.