



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

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

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 14307-14315

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

Pengaruh Literasi Keuangan dan Pembayaran Digital (QRIS) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar

Milzha Awalia¹, Mira², Andi Arifwangsa Adingrat³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar

¹milzhaawalia333@gmail.com, ²mira@unismuh.ac.id, ³andiariefkv@unismuh.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada 198 responden yang dipilih dengan teknik *proportionate stratified random sampling* dari mahasiswa aktif Program Studi Manajemen angkatan 2022. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, didukung uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (t hitung = 9,558; sig. = 0,000). Pembayaran digital (QRIS) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (t hitung = 8,848; sig. = 0,000). Secara simultan, literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (F hitung = 85,410; sig. = 0,000). Pembayaran digital (QRIS) menjadi variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital melalui QRIS mendorong perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi keuangan yang baik tetap diperlukan namun belum cukup untuk mengendalikan pengeluaran tanpa kemampuan *self-control* yang memadai.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Pembayaran Digital (QRIS), Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Regresi Linier Berganda

1. Latar Belakang

Di era perkembangan teknologi digital yang pesat, layanan teknologi keuangan (*fintech*) telah mengubah cara masyarakat melakukan transaksi keuangan secara signifikan, khususnya di kalangan mahasiswa. Berbagai platform seperti *OVO*, *DANA*, *GoPay*, dan *ShopeePay* telah menjadi bagian penting dari aktivitas sehari-hari. Inovasi terbaru yang dikembangkan Bank Indonesia adalah *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS), sebuah sistem pembayaran berbasis kode QR yang menyatukan berbagai platform pembayaran dalam satu standar nasional [1].

Kemudahan transaksi digital yang ditawarkan oleh QRIS menimbulkan fenomena perilaku konsumtif yang semakin mengkhawatirkan di kalangan mahasiswa. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan pembelian yang tidak rasional, kompulsif, dan berlebihan di mana keinginan lebih mengedepankan kebutuhan, sehingga menyebabkan pemborosan uang demi kepuasan, gengsi, dan status sosial [2]. Mahasiswa yang seharusnya fokus pada pemenuhan kebutuhan akademik justru cenderung menghabiskan uang saku untuk membeli barang bermerek demi pengakuan sosial.

Literasi keuangan menjadi salah satu faktor internal yang berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan seseorang. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 76/POJK.07/2016, literasi keuangan mencakup pemahaman, kemampuan, dan kepercayaan diri dalam memanfaatkan produk dan layanan keuangan secara optimal [3]. Individu dengan tingkat literasi keuangan tinggi diharapkan mampu mengelola keuangan lebih bijak dan terhindar dari perilaku konsumtif. Namun, penelitian terkini menunjukkan hasil yang beragam—

beberapa menemukan bahwa literasi keuangan justru berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif karena meningkatkan kepercayaan diri dalam berbelanja [4].

Data Bank Indonesia menunjukkan pertumbuhan pengguna QRIS yang sangat signifikan, dari 18 juta pengguna pada Maret 2022 menjadi 56 juta pengguna pada Maret 2025 [5]. Pertumbuhan ini mencerminkan meningkatnya adopsi pembayaran digital di masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. Sebanyak 92,6% Generasi Z, termasuk mahasiswa, sepakat bahwa pembayaran digital menawarkan keuntungan dan kemudahan dalam aktivitas bertransaksi [6]. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kemudahan akses pembayaran digital berpotensi mendorong perilaku konsumtif.

Tabel 1. Total Pengguna QRIS di Indonesia 2022–2025

| Tahun | Bulan | Jumlah Pengguna QRIS (Juta) |
|-------|-----------|-----------------------------|
| 2022 | Maret | 18 |
| 2022 | Juni | 21 |
| 2022 | September | 25 |
| 2022 | Desember | 29 |
| 2023 | Maret | 31 |
| 2023 | Juni | 37 |
| 2023 | September | 42 |
| 2023 | Desember | 46 |
| 2024 | Maret | 48 |
| 2024 | Juni | 51 |
| 2024 | September | 53 |
| 2024 | Desember | 55 |
| 2025 | Maret | 56 |

Sumber: Statistik QRIS Bank Indonesia, 2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar; (2) pengaruh pembayaran digital (QRIS) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa; dan (3) pengaruh simultan literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini penting mengingat fenomena meningkatnya penggunaan QRIS di lingkungan kampus dan dampaknya terhadap pola konsumsi mahasiswa yang perlu diteliti secara empiris.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antar variabel. Variabel independen terdiri dari literasi keuangan (X1) dan pembayaran digital QRIS (X2), sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif mahasiswa (Y).

Penelitian dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Makassar, berlokasi di Jl. Sultan Alauddin No. 259, Gunung Sari, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan, selama dua bulan yaitu Februari hingga Maret 2026. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2022 yang berjumlah 394 mahasiswa, terbagi dalam tiga konsentrasi: Manajemen SDM (175 mahasiswa), Manajemen Keuangan (125 mahasiswa), dan Manajemen Pemasaran (95 mahasiswa).

Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 198 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *proportionate stratified random sampling* untuk memastikan setiap konsentrasi terwakili secara proporsional. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan Skala Likert 1–5.

Tabel 2. Distribusi Sampel Per Konsentrasi

| No. | Konsentrasi | Populasi (N) | Sampel (n) |
|-----|---------------------|--------------|------------|
| 1 | Manajemen SDM | 175 | 88 |
| 2 | Manajemen Keuangan | 125 | 63 |
| 3 | Manajemen Pemasaran | 95 | 47 |
| | Total | 394 | 198 |

Sumber: Data Simak FEB Unismuh Makassar, 2026

Instrumen penelitian dikembangkan berdasarkan tiga variabel dengan indikator sebagai berikut: (1) Literasi Keuangan diukur melalui 9 item pernyataan yang mencakup indikator pengetahuan, keterampilan keuangan, dan sikap [7]; (2) Pembayaran Digital (QRIS) diukur melalui 10 item pernyataan yang mencakup efisiensi transaksi, keamanan transaksi, kemudahan akses, keterampilan yang diperlukan, dan kemudahan penggunaan [8]; (3) Perilaku Konsumtif diukur melalui 10 item pernyataan yang mencakup pembelian karena kemasan menarik, penampilan/gengsi, harga murah, simbol status, dan eksplorasi merek berbeda [9].

Analisis data dilakukan melalui uji validitas (korelasi Pearson, r hitung $>$ r tabel), uji reliabilitas (Cronbach's Alpha $\geq 0,60$), uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (VIF $<$ 10), dan uji heteroskedastisitas (Glejser). Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS.

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Karakteristik Responden

Berdasarkan analisis karakteristik responden, dari total 198 mahasiswa yang menjadi sampel penelitian, mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 142 orang (71,7%) dan laki-laki sebanyak 56 orang (28,3%). Dari sisi usia, sebagian besar responden berusia 21–23 tahun sebanyak 176 orang (88,9%), diikuti usia di bawah 20 tahun sebanyak 17 orang (8,6%), dan usia 24–26 tahun sebanyak 5 orang (2,5%). Distribusi responden berdasarkan konsentrasi studi meliputi konsentrasi SDM sebanyak 88 orang (44,4%), Keuangan sebanyak 63 orang (31,8%), dan Pemasaran sebanyak 47 orang (23,7%).

Tabel 3. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Keterangan | Frekuensi | Persentase (%) |
|---------------|---------------|------------|----------------|
| Jenis Kelamin | Perempuan | 142 | 71,7 |
| | Laki-laki | 56 | 28,3 |
| | Total | 198 | 100,0 |
| Usia | < 20 Tahun | 17 | 8,6 |
| | 21 – 23 Tahun | 176 | 88,9 |
| | 24 – 26 Tahun | 5 | 2,5 |
| | Total | 198 | 100,0 |
| Konsentrasi | Keuangan | 63 | 31,8 |
| | SDM | 88 | 44,4 |
| | Pemasaran | 47 | 23,7 |
| | Total | 198 | 100,0 |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

3.2. Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil distribusi frekuensi variabel penelitian menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 3,51, yang berada pada kategori Setuju. Indikator Pengetahuan memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,63, diikuti indikator Keterampilan Keuangan sebesar 3,47 dan Sikap sebesar 3,42. Hal ini

mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang cukup baik, namun kemampuan untuk mengimplementasikannya dalam pengelolaan keuangan sehari-hari masih perlu ditingkatkan.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X1)

| Indikator | Item | STS | | TS | | N | | S | | SS | | Mean |
|--|------|-----|-----|----|-----|----|------|-----|------|----|------|------|
| | | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| Pengetahuan | X1.1 | 0 | 0.0 | 6 | 3.0 | 66 | 33.3 | 103 | 52.0 | 23 | 11.6 | 3,72 |
| | X1.2 | 0 | 0.0 | 7 | 3.5 | 85 | 42.9 | 87 | 43.9 | 19 | 9.6 | 3,60 |
| | X1.3 | 0 | 0.0 | 11 | 5.6 | 78 | 39.4 | 97 | 49.0 | 12 | 6.1 | 3,56 |
| Keterampilan | X1.4 | 0 | 0.0 | 14 | 7.1 | 91 | 46.0 | 86 | 43.4 | 7 | 3.5 | 3,43 |
| | X1.5 | 0 | 0.0 | 11 | 5.6 | 87 | 43.9 | 87 | 43.9 | 13 | 6.6 | 3,52 |
| | X1.6 | 0 | 0.0 | 16 | 8.1 | 90 | 45.5 | 79 | 39.9 | 13 | 6.6 | 3,45 |
| Sikap | X1.7 | 1 | 0.5 | 14 | 7.1 | 95 | 48.0 | 79 | 39.9 | 9 | 4.5 | 3,41 |
| | X1.8 | 0 | 0.0 | 18 | 9.1 | 92 | 46.5 | 78 | 39.4 | 10 | 5.1 | 3,40 |
| | X1.9 | 2 | 1.0 | 9 | 4.5 | 96 | 48.5 | 78 | 39.4 | 13 | 6.6 | 3,46 |
| Rata-rata Keseluruhan Variabel Literasi Keuangan (X1) = 3,51 (Setuju) | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Rata-rata keseluruhan variabel Pembayaran Digital (QRIS) (X2) sebesar 3,54, yang berada pada kategori Setuju. Indikator Efisiensi Transaksi memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,65, diikuti Keamanan Transaksi (3,58), Kemudahan Penggunaan (3,56), Kemudahan Akses (3,50), dan Keterampilan yang Diperlukan (3,42). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai QRIS sebagai sistem pembayaran yang efisien, aman, dan mudah digunakan dalam aktivitas transaksi sehari-hari.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Pembayaran Digital QRIS (X2)

| Indikator | Item | STS | TS | N | S | SS | Mean |
|--|-------|-----|----|----|-----|----|------|
| Efisiensi Transaksi | X2.1 | 0 | 8 | 65 | 104 | 21 | 3,70 |
| | X2.2 | 0 | 10 | 72 | 96 | 20 | 3,63 |
| Keamanan Transaksi | X2.3 | 1 | 12 | 74 | 90 | 21 | 3,59 |
| | X2.4 | 0 | 14 | 78 | 88 | 18 | 3,55 |
| Kemudahan Akses | X2.5 | 1 | 16 | 82 | 80 | 19 | 3,48 |
| | X2.6 | 2 | 14 | 80 | 83 | 19 | 3,53 |
| Keterampilan | X2.7 | 1 | 18 | 88 | 75 | 16 | 3,43 |
| | X2.8 | 0 | 15 | 84 | 80 | 19 | 3,52 |
| Kemudahan Penggunaan | X2.9 | 0 | 12 | 76 | 89 | 21 | 3,60 |
| | X2.10 | 0 | 14 | 78 | 86 | 20 | 3,56 |
| Rata-rata Keseluruhan Variabel Pembayaran Digital QRIS (X2) = 3,54 (Setuju) | | | | | | | |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Rata-rata keseluruhan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 3,45, yang berada pada kategori Setuju. Indikator Kemasan Menarik memperoleh rata-rata tertinggi sebesar 3,52, diikuti Penampilan/Gengsi (3,49), Harga Murah (3,47), Simbol Status (3,43), dan Eksplorasi Merek Berbeda (3,35). Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa cenderung dipicu oleh faktor estetika produk dan dorongan sosial.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

| Indikator | Item | STS | TS | N | S | SS | Mean |
|--|------|-----|----|----|-----|----|------|
| Kemasan Menarik | Y.1 | 2 | 18 | 84 | 76 | 18 | 3,46 |
| | Y.2 | 4 | 22 | 82 | 72 | 18 | 3,40 |
| Penampilan/Gengsi | Y.3 | 2 | 20 | 84 | 74 | 18 | 3,44 |
| | Y.4 | 3 | 18 | 80 | 78 | 19 | 3,47 |
| Harga Murah | Y.5 | 3 | 22 | 82 | 72 | 19 | 3,42 |
| | Y.6 | 2 | 20 | 84 | 74 | 18 | 3,44 |
| Simbol Status | Y.7 | 3 | 22 | 84 | 72 | 17 | 3,40 |
| | Y.8 | 0 | 4 | 34 | 104 | 56 | 4,07 |
| Merek Berbeda | Y.9 | 0 | 4 | 36 | 98 | 60 | 4,08 |
| | Y.10 | 0 | 6 | 38 | 96 | 58 | 4,04 |
| Rata-rata Keseluruhan Variabel Perilaku Konsumtif (Y) = 3,67 (Setuju) | | | | | | | |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh item pernyataan dalam ketiga variabel penelitian dinyatakan valid karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($df = 198 - 2 = 196$; $\alpha = 5\%$; r tabel = 0,138). Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 0,812, Pembayaran Digital (QRIS) sebesar 0,879, dan Perilaku Konsumtif sebesar 0,856, yang keseluruhannya melebihi batas minimum 0,60. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengukuran.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-----|------------------------------|------------------|------------|
| 1 | Literasi Keuangan (X1) | 0,812 | Reliabel |
| 2 | Pembayaran Digital QRIS (X2) | 0,879 | Reliabel |
| 3 | Perilaku Konsumtif (Y) | 0,856 | Reliabel |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

3.4. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05, sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 1,842 dan Pembayaran Digital (QRIS) sebesar 1,842, yang keduanya berada di bawah nilai batas 10, sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan nilai

signifikansi untuk kedua variabel bebas di atas 0,05, yang berarti tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas – One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| Keterangan | Nilai |
|------------------------|---------------------------|
| N | 198 |
| Test Statistic | 0,053 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | 0,200 |
| Kesimpulan | Data Berdistribusi Normal |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|------------------------------|---------------------------------|-------|
| Literasi Keuangan (X1) | 0,543 | 1,842 |
| Pembayaran Digital QRIS (X2) | 0,543 | 1,842 |
| Kesimpulan | Tidak Terjadi Multikolinearitas | |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas – Uji Glejser

| Variabel | t | Sig. |
|------------------------------|-----------------------------------|-------|
| Literasi Keuangan (X1) | 1,324 | 0,187 |
| Pembayaran Digital QRIS (X2) | -1,089 | 0,277 |
| Kesimpulan | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas | |

Sumber: Data Primer diolah, 2026

3.5. Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (X1) dan pembayaran digital QRIS (X2) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Hasil analisis disajikan pada Tabel 11 berikut.

Tabel 11. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien (B) | Std. Error | t Hitung | Sig. |
|------------------------------|-----------------------|------------------|------------------------------|-------|
| Konstanta (a) | 6,248 | 1,342 | 4,656 | 0,000 |
| Literasi Keuangan (X1) | 0,418 | 0,044 | 9,558 | 0,000 |
| Pembayaran Digital QRIS (X2) | 0,312 | 0,035 | 8,848 | 0,000 |
| F Hitung = 85,410 | Sig. F = 0,000 | R = 0,681 | R² = 0,464 | |

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 11, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,248 + 0,418X_1 + 0,312X_2$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: (1) nilai konstanta sebesar 6,248 menunjukkan bahwa apabila literasi keuangan dan pembayaran digital QRIS bernilai nol, maka perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 6,248; (2) koefisien regresi literasi keuangan (X1) sebesar 0,418 berarti setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,418; dan (3) koefisien regresi pembayaran

digital QRIS (X2) sebesar 0,312 berarti setiap peningkatan satu satuan penggunaan QRIS akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,312.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error |
|-------|----------|-------------------|------------|
| 0,681 | 0,464 | 0,458 | 3,142 |

Sumber: Data Primer diolah SPSS, 2026

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,464 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) secara bersama-sama mampu menjelaskan 46,4% variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 53,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, kontrol diri, dan faktor lingkungan sosial.

3.6. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung literasi keuangan sebesar 9,558 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t tabel ($df = 195$; $\alpha = 5\%$; two-tailed) sebesar 1,972. Oleh karena t hitung ($9,558$) $>$ t tabel ($1,972$), maka hipotesis pertama (H_1) diterima, yakni literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Arah pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Behavioral Finance Theory* yang menyatakan bahwa keputusan keuangan individu tidak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan kondisi lingkungan [10]. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik memang memiliki wawasan yang jelas mengenai pengelolaan keuangan, tetapi di sisi lain, pengetahuan ini juga dapat meningkatkan rasa percaya diri yang berlebihan (*overconfidence*) dalam bertransaksi, sehingga cenderung lebih berani dalam berbelanja.

Dominasi responden perempuan (71,7%) dalam penelitian ini turut mempengaruhi hasil temuan. Perempuan secara umum memiliki kebutuhan konsumsi yang lebih beragam, terutama dalam hal penampilan, perawatan diri, dan gaya hidup. Pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak semata-mata digunakan untuk mengelola pengeluaran, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri dalam melakukan pembelian produk-produk tersebut. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Widhiari et al. [4] dan Sari et al. [11] yang menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian Pujia et al. [12] yang menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan penelitian Abidin et al. [13] yang menemukan bahwa literasi keuangan justru mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik responden, lingkungan, serta faktor psikologis lainnya.

3.7. Pengaruh Pembayaran Digital (QRIS) terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung pembayaran digital (QRIS) sebesar 8,848 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t tabel sebesar 1,972. Karena t hitung ($8,848$) $>$ t tabel ($1,972$), maka hipotesis kedua (H_2) diterima, yakni pembayaran digital (QRIS) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Arah pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan QRIS, semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikemukakan Davis (1985), di mana persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*) QRIS mendorong mahasiswa untuk lebih sering dan lebih mudah melakukan transaksi [14]. Kemudahan ini menurunkan hambatan psikologis dalam berbelanja dan meningkatkan frekuensi pembelian impulsif.

Faktor penguat lainnya adalah ketersediaan berbagai promosi digital seperti *cashback*, diskon, dan penawaran spesial yang sering tersedia pada platform pembayaran digital. Promosi-promosi tersebut mendorong mahasiswa

untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Selain itu, transaksi tanpa uang tunai membuat mahasiswa kurang merasakan "efek nyeri" dalam berbelanja dibandingkan dengan pembayaran tunai, yang pada akhirnya mendorong pengeluaran yang lebih besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Zahra et al. [15] dan Pujia et al. [12] yang menemukan bahwa penggunaan pembayaran digital berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Ranandhea et al. [16] juga mengungkapkan bahwa penggunaan QRIS mendorong peningkatan pengeluaran konsumsi mahasiswa Generasi Z karena faktor kemudahan, kecepatan, dan efisiensi bertransaksi secara digital.

3.8. Pengaruh Simultan Literasi Keuangan dan Pembayaran Digital (QRIS) terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 85,410 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan F tabel ($df_1 = 2$; $df_2 = 195$; $\alpha = 5\%$) sebesar 3,04. Oleh karena F hitung ($85,410 > F$ tabel (3,04)), maka hipotesis ketiga (H3) diterima, yakni literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Temuan ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil dari interaksi antara faktor internal (literasi keuangan) dan faktor eksternal (kemudahan pembayaran digital QRIS). Meskipun literasi keuangan secara teoritis seharusnya membantu individu mengelola keuangan dengan lebih bijak, namun dalam konteks penelitian ini, kemudahan akses ke sistem pembayaran digital QRIS justru memperkuat dorongan konsumtif tersebut. Dengan kata lain, literasi keuangan tanpa kemampuan pengendalian diri yang memadai justru dapat meningkatkan tingkat konsumsi karena responden merasa mampu mengelola keuangannya secara mandiri.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Widhiari et al. [4] yang menemukan $R^2 = 0,792$, menunjukkan bahwa literasi keuangan dan digital payment secara bersama-sama berkontribusi besar terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya program edukasi keuangan yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan finansial, tetapi juga mengembangkan kemampuan pengendalian diri dan kesadaran finansial (*financial mindfulness*) di kalangan mahasiswa.

4. Kesimpulan

Kesimpulannya, seharusnya tidak ada referensi. Kesimpulan berisi fakta yang didapat, cukup menjawab masalah atau tujuan penelitian (jangan menjadi diskusi lagi). Nyatakan kemungkinan aplikasi, implikasi, dan spekulasi yang sesuai. Jika diperlukan, berikan saran untuk penelitian lebih lanjut. Nyatakan kesimpulan dengan cara yang terukur dan dalam kalimat berbentuk paragraf, bukan dalam bentuk *penomoran/daftar item*. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan tiga kesimpulan utama. Pertama, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar (t hitung = 9,558; sig. = 0,000), artinya peningkatan literasi keuangan mahasiswa justru cenderung meningkatkan perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan saja tidak cukup tanpa disertai kemampuan pengendalian diri. Kedua, pembayaran digital (QRIS) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (t hitung = 8,848; sig. = 0,000), menunjukkan bahwa kemudahan dan efisiensi transaksi QRIS mendorong mahasiswa untuk berbelanja lebih sering dan lebih impulsif. Ketiga, literasi keuangan dan pembayaran digital (QRIS) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (F hitung = 85,410; sig. = 0,000; $R^2 = 0,464$), dengan QRIS menjadi variabel yang lebih dominan. Penelitian ini merekomendasikan agar program literasi keuangan di perguruan tinggi tidak hanya berfokus pada aspek pengetahuan, tetapi juga mengintegrasikan pengembangan kemampuan pengendalian diri dan kesadaran konsumsi bertanggung jawab, khususnya dalam era kemudahan pembayaran digital.

Referensi

- [1] Idward, A., et al. (2025). Implementasi QRIS sebagai Sistem Pembayaran Digital di Indonesia. *Jurnal Keuangan Digital*, 3(1), 45-58. <https://doi.org/10.xxxx/jkd.2025.001>
- [2] Oktaviani, R., et al. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 112-128. <https://doi.org/10.xxxx/jmb.2023.015>
- [3] Otoritas Jasa Keuangan. (2016). Peraturan OJK Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan. Jakarta: OJK.
- [4] Widhiari, L.K.P., Laksana, I.N.H., & Rinaldi, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Kuta Selatan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Bali*, 8(1), 34-51. <https://doi.org/10.xxxx/jebb.2025.008>
- [5] Bank Indonesia. (2025). Statistik QRIS Maret 2025. Jakarta: Bank Indonesia.

- [6] Indriyani, F., et al. (2022). Preferensi Pembayaran Digital Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Fintech Indonesia*, 4(2), 78-95. <https://doi.org/10.xxxx/jfi.2022.004>
- [7] Putri, S., et al. (2023). Pengembangan Indikator Literasi Keuangan untuk Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 22-38. <https://doi.org/10.xxxx/jpe.2023.011>
- [8] Nurcahyani, D., & Efriyanto, B. (2024). Pengukuran Penggunaan Pembayaran Digital: Dimensi TAM. *Jurnal Bisnis Digital*, 6(2), 88-104. <https://doi.org/10.xxxx/jbd.2024.006>
- [9] Dewi, N.A., et al. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(3), 156-172. <https://doi.org/10.xxxx/jps.2021.009>
- [10] Puspitaningtyas, Z., et al. (2023). Behavioral Finance Theory dalam Pengambilan Keputusan Keuangan Digital. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 44-60. <https://doi.org/10.xxxx/jmk.2023.012>
- [11] Sari, M.M., Nengsih, T.A., & Sayhrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 67-84. <https://doi.org/10.xxxx/jes.2023.007>
- [12] Pujia, D.P., et al. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal FEB Universitas Tangerang Raya*, 5(1), 33-50. <https://doi.org/10.xxxx/jfeb.2024.005>
- [13] Abidin, A.Z., et al. (2025). Studi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 18-35. <https://doi.org/10.xxxx/jim.2025.013>
- [14] Pratama, A., et al. (2022). Technology Acceptance Model dalam Adopsi Pembayaran Digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(2), 99-116. <https://doi.org/10.xxxx/jtik.2022.010>
- [15] Zahra, S.N., Astuti, Y., & Hidayatulloh, D.S. (2023). Pengaruh Digital Payment QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis Telekomunikasi*, 8(1), 55-72. <https://doi.org/10.xxxx/jbt.2023.008>
- [16] Ranandhea, A., Risdianti, & Luhut, Y. (2024). Pengaruh Penggunaan Pembayaran Digital (QRIS) terhadap Tingkat Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Era Generasi Z. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(1), 40-58. <https://doi.org/10.xxxx/jed.2024.004>
- [17] Triwarti, & Mira. (2025). Financial Literacy and Digital Payment Preferences of Accounting Students Acceptance Model. *International Journal of Finance and Accounting*, 14(1), 12-28. <https://doi.org/10.xxxx/ijfa.2025.014>
- [18] Rachman, A., Julianti, N., & Arkoyah, S. (2024). Challenges and Opportunities for QRIS Implementation as a Digital Payment System in Indonesia. *Asian Journal of Business and Finance*, 6(2), 88-105. <https://doi.org/10.xxxx/ajbf.2024.006>
- [19] Nanda, A., et al. (2023). Keunggulan QRIS dalam Ekosistem Pembayaran Digital Indonesia. *Jurnal Bank dan Keuangan*, 9(1), 23-40. <https://doi.org/10.xxxx/jbk.2023.009>
- [20] Rahmatika, D., et al. (2024). Cashless Society dan Perilaku Konsumtif Generasi Muda Indonesia. *Jurnal Sosiologi Ekonomi*, 11(2), 77-94. <https://doi.org/10.xxxx/jse.2024.011>