



Pengaruh Penggunaan *Fintech*, Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Kebiasaan Berbelanja Mahasiswa Di Kota Bengkulu

¹Nur Hidayat, ²Windy Lian Seventeen, ³Helmi Herawati

^{1,2,3} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH

¹dayatbkl26@gmail.com, ²wlseventeen@gmail.com, ³Helmiherawati77@gmail.com

Abstrak

Perkembangan financial technology (*fintech*) telah mengubah pola transaksi masyarakat, termasuk mahasiswa, melalui kemudahan akses pembayaran digital yang semakin praktis dan efisien. Penggunaan *fintech* yang semakin intensif, disertai dengan faktor psikologis seperti self-control serta faktor sosial berupa gaya hidup, diduga memengaruhi kebiasaan berbelanja mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *fintech*, self-control, dan lifestyle terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 105 mahasiswa pengguna layanan *fintech* di Kota Bengkulu yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda melalui bantuan program IBM SPSS Statistics 24, yang meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000. Self-control juga berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan berbelanja dengan nilai signifikansi 0,026, sedangkan lifestyle berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,001. Secara simultan, penggunaan *fintech*, self-control, dan lifestyle berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,886 menunjukkan bahwa 88,6% variasi kebiasaan berbelanja mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor teknologi, faktor psikologis, dan faktor gaya hidup memiliki peran penting dalam membentuk kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu.

Kata Kunci: *Fintech*, Self-Control, Lifestyle, Kebiasaan Berbelanja, Mahasiswa

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada sektor keuangan. Transformasi digital yang terjadi saat ini melahirkan berbagai inovasi layanan keuangan yang dikenal dengan istilah *financial technology* (*fintech*). *Fintech* merupakan pemanfaatan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, maupun model bisnis baru yang mampu meningkatkan efisiensi, efektivitas, transparansi, dan kemudahan dalam aktivitas keuangan. Kehadiran *fintech* memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi secara cepat dan praktis tanpa dibatasi ruang dan waktu. Berbagai layanan seperti *electronic wallet* (*e-wallet*), *mobile banking*, dan pembayaran berbasis QRIS menjadi bentuk nyata perkembangan *fintech* yang semakin banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Kamela, 2022).

Perkembangan *fintech* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat seiring meningkatnya penggunaan internet dan perangkat digital. Kemudahan akses layanan keuangan digital mendorong perubahan perilaku masyarakat dari transaksi tunai menuju transaksi non-tunai. Menurut Refitaningsih dan Widihastuti (2018), penggunaan *fintech* dipengaruhi oleh niat perilaku, persepsi kemudahan penggunaan, serta kebiasaan individu dalam memanfaatkan teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan *fintech* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, khususnya generasi muda yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang aktif memanfaatkan layanan *fintech* dalam berbagai aktivitas sehari-hari. Penggunaan dompet digital untuk pembayaran makanan dan minuman, transaksi belanja daring, pembelian tiket, hingga pembayaran berbagai kebutuhan akademik telah menjadi kebiasaan yang umum dilakukan. Kemudahan transaksi yang ditawarkan *fintech* membuat mahasiswa dapat melakukan pembayaran secara instan tanpa harus membawa uang tunai. Selain itu, berbagai promosi berupa diskon, cashback, dan voucher yang diberikan oleh penyedia layanan *fintech* semakin meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan layanan tersebut dalam aktivitas konsumsi mereka.

Meskipun memberikan berbagai manfaat, penggunaan fintech juga berpotensi memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Kemudahan transaksi digital dapat meningkatkan frekuensi pembelian karena pengguna tidak merasakan pengeluaran uang secara langsung sebagaimana ketika menggunakan uang tunai. Hasnita et al. (2025) menjelaskan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan dompet digital maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan transaksi dan berbagai program promosi yang ditawarkan penyedia layanan fintech dapat mendorong individu melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan fintech memiliki hubungan dengan terbentuknya kebiasaan berbelanja mahasiswa.

Selain faktor teknologi, kebiasaan berbelanja juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang berasal dari dalam diri individu, yaitu *self-control*. Tangney et al. (2004) mendefinisikan *self-control* sebagai kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku agar tetap sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik cenderung mampu mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat sebelum melakukan pembelian. Sebaliknya, individu yang memiliki kontrol diri rendah lebih mudah terpengaruh oleh dorongan sesaat sehingga berpotensi melakukan pembelian impulsif dan pengeluaran yang tidak terencana.

Pentingnya peran *self-control* dalam perilaku konsumsi telah dibuktikan melalui berbagai penelitian sebelumnya. Siregar dan Cholili (2023) menemukan bahwa *self-control* berpengaruh terhadap perilaku pembelian impulsif. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan individu dalam mengendalikan diri, maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan pembelian yang berlebihan. Dalam konteks mahasiswa, kemampuan mengendalikan diri menjadi penting mengingat mahasiswa sering dihadapkan pada berbagai kebutuhan konsumsi di tengah keterbatasan sumber daya keuangan yang dimiliki.

Faktor lain yang turut memengaruhi kebiasaan berbelanja mahasiswa adalah gaya hidup (*lifestyle*). Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini yang dimiliki. Perkembangan media sosial dan kemudahan akses informasi membuat mahasiswa semakin mudah terpapar berbagai tren yang berkembang di masyarakat. Keinginan untuk mengikuti tren, memperoleh pengakuan sosial, dan menyesuaikan diri dengan lingkungan pergaulan sering kali memengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan mahasiswa.

Penelitian Fahriansah et al. (2023) menunjukkan bahwa gaya hidup modern memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Sari (2022) yang menyatakan bahwa mahasiswa di Kota Bengkulu memiliki kecenderungan mengikuti tren yang berkembang dalam lingkungan sosialnya sehingga memengaruhi pola konsumsi yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak hanya mencerminkan identitas individu, tetapi juga dapat menjadi faktor yang mendorong peningkatan aktivitas konsumsi dan kebiasaan berbelanja.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji hubungan antara fintech, *self-control*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Faadhilah et al. (2023) menemukan bahwa gaya hidup dan *self-control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Wahyudi et al. (2024) juga membuktikan bahwa gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Penelitian Kusmiati dan Kurnianingsih (2023) menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara itu, Setiawati dan Primadineska (2024) menemukan bahwa fintech dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah banyak diteliti, namun masih terdapat perbedaan fokus dan objek penelitian yang digunakan.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, diketahui bahwa sebagian besar penelitian hanya menguji pengaruh dua variabel atau berfokus pada perilaku konsumtif dan perilaku keuangan sebagai variabel dependen. Penelitian yang mengintegrasikan penggunaan fintech, *self-control*, dan gaya hidup dalam satu model penelitian untuk menjelaskan kebiasaan berbelanja mahasiswa masih relatif terbatas, khususnya pada mahasiswa di Kota Bengkulu. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan berbelanja mahasiswa pada era digital.

Perubahan pola transaksi masyarakat menuju sistem pembayaran digital tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga telah menjangkau berbagai daerah di Indonesia. Hal ini didukung oleh peningkatan akses internet, kepemilikan smartphone, serta berbagai program digitalisasi yang dilakukan pemerintah dan sektor perbankan. Kondisi tersebut menjadikan layanan fintech semakin mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa sebagai salah satu pengguna aktif teknologi digital.

Berdasarkan data Bank Indonesia, transaksi pembayaran digital terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat semakin menerima penggunaan teknologi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Kemudahan yang ditawarkan melalui layanan pembayaran digital mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan transaksi yang sebelumnya didominasi oleh penggunaan uang tunai.

Dalam perspektif Technology Acceptance Model (TAM), penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang dirasakan pengguna. Ketika suatu teknologi dianggap mudah

digunakan dan memberikan manfaat yang nyata, maka individu akan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk mengadopsinya. Konsep ini dapat menjelaskan tingginya tingkat penggunaan fintech di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang dekat dengan teknologi sehingga lebih cepat beradaptasi terhadap berbagai inovasi digital. Karakteristik tersebut menyebabkan mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna fintech yang potensial dan terus mengalami peningkatan.

Penggunaan fintech tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi, tetapi juga mengubah cara individu mengelola pengeluaran. Sistem pembayaran digital memungkinkan transaksi dilakukan hanya melalui beberapa sentuhan pada perangkat elektronik. Kondisi ini dapat mengurangi pertimbangan rasional dalam proses pembelian karena transaksi berlangsung secara cepat dan praktis.

Fenomena tersebut sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa kemudahan akses terhadap suatu produk atau layanan dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya pembelian. Semakin mudah suatu transaksi dilakukan, semakin besar peluang individu untuk melakukan konsumsi, baik yang direncanakan maupun yang tidak direncanakan sebelumnya.

Di sisi lain, kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi menjadi faktor penting dalam menghadapi perkembangan teknologi keuangan digital. Self-control berperan sebagai mekanisme internal yang membantu seseorang mempertimbangkan konsekuensi sebelum mengambil keputusan pembelian. Kemampuan ini sangat dibutuhkan agar individu tidak terjebak pada perilaku konsumsi yang berlebihan.

Dalam konteks mahasiswa, self-control menjadi aspek yang penting karena sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada uang saku yang diberikan oleh orang tua atau sumber pendapatan yang terbatas. Oleh karena itu, kemampuan mengendalikan pengeluaran menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan pengelolaan keuangan pribadi.

Individu yang memiliki tingkat self-control tinggi cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Mereka akan mempertimbangkan manfaat serta urgensi suatu barang sebelum memutuskan untuk membeli. Sebaliknya, individu dengan tingkat self-control rendah lebih mudah tergoda oleh promosi, diskon, maupun tren yang berkembang di lingkungan sosialnya.

Selain self-control, gaya hidup juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu, uang, dan sumber daya lainnya dalam aktivitas sehari-hari. Perbedaan gaya hidup menyebabkan setiap individu memiliki pola konsumsi yang berbeda-beda.

Perkembangan media sosial turut memperkuat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Berbagai platform digital memungkinkan mahasiswa memperoleh informasi mengenai tren terbaru secara cepat dan mudah. Paparan informasi yang terus-menerus dapat memengaruhi preferensi konsumsi serta mendorong munculnya keinginan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang.

Fenomena fear of missing out (FOMO) juga menjadi salah satu faktor yang mendorong perubahan perilaku konsumsi generasi muda. Keinginan untuk tetap mengikuti perkembangan tren dan tidak tertinggal dari lingkungan sosial sering kali membuat mahasiswa melakukan pembelian yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa aspek psikologis dan sosial memiliki kontribusi terhadap kebiasaan berbelanja.

Dalam teori perilaku konsumen, keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Fintech, self-control, dan gaya hidup dapat dikategorikan sebagai faktor yang saling berinteraksi dalam membentuk keputusan konsumsi seseorang. Oleh karena itu, ketiga variabel tersebut perlu dianalisis secara bersama-sama untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kebiasaan berbelanja mahasiswa.

Kebiasaan berbelanja merupakan perilaku yang terbentuk melalui proses berulang dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Kebiasaan tersebut dapat dipengaruhi oleh kemudahan akses transaksi, kemampuan individu dalam mengendalikan diri, serta pola hidup yang dijalani. Semakin sering suatu perilaku dilakukan, maka semakin kuat perilaku tersebut menjadi bagian dari kebiasaan individu.

Dengan semakin berkembangnya teknologi digital dan meningkatnya penggunaan fintech di kalangan mahasiswa, diperlukan kajian yang mampu menjelaskan bagaimana faktor teknologi, faktor psikologis, dan faktor sosial secara bersama-sama memengaruhi kebiasaan berbelanja. Pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antarvariabel tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur perilaku konsumen serta menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa.

Selain perkembangan teknologi dan faktor psikologis, perubahan lingkungan sosial juga turut memengaruhi kebiasaan berbelanja mahasiswa. Lingkungan pertemanan menjadi salah satu sumber referensi utama dalam menentukan pilihan konsumsi. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian karena adanya rekomendasi, pengaruh kelompok, maupun keinginan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial tempat mereka berinteraksi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu, tetapi juga oleh dinamika sosial yang berkembang di sekitarnya.

Perkembangan platform e-commerce juga semakin memperkuat hubungan antara fintech dan aktivitas konsumsi mahasiswa. Berbagai marketplace menyediakan beragam metode pembayaran digital yang terintegrasi dengan dompet elektronik dan layanan keuangan lainnya. Kemudahan tersebut membuat proses pembelian menjadi lebih cepat dan efisien sehingga mampu meningkatkan intensitas transaksi yang dilakukan oleh pengguna, khususnya mahasiswa yang aktif menggunakan teknologi digital.

Dalam perspektif ekonomi perilaku (behavioral economics), individu tidak selalu bertindak secara rasional dalam mengambil keputusan konsumsi. Berbagai faktor seperti promosi, diskon, cashback, serta kemudahan pembayaran sering kali memengaruhi keputusan pembelian secara spontan. Oleh karena itu, penggunaan fintech yang menawarkan berbagai insentif transaksi dapat menjadi faktor yang memperkuat kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara berulang.

Kebiasaan berbelanja yang terbentuk secara terus-menerus dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi mahasiswa. Di satu sisi, kemudahan transaksi digital membantu mahasiswa memenuhi kebutuhan secara lebih efektif dan efisien. Namun di sisi lain, apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik, kebiasaan tersebut dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan dan mengganggu kondisi keuangan pribadi mahasiswa. Literasi keuangan menjadi aspek yang penting dalam menghadapi perkembangan teknologi keuangan digital. Mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan, dan menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan mahasiswa lebih rentan terhadap berbagai bentuk konsumsi impulsif yang dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital dan tekanan gaya hidup.

Melihat kompleksitas hubungan antara penggunaan fintech, self-control, gaya hidup, dan kebiasaan berbelanja, diperlukan penelitian yang mampu menjelaskan pengaruh masing-masing faktor secara lebih mendalam. Analisis terhadap ketiga variabel tersebut menjadi penting karena dapat memberikan gambaran mengenai perilaku konsumsi mahasiswa pada era digital serta menghasilkan rekomendasi yang bermanfaat bagi pengembangan literasi keuangan dan pengelolaan perilaku konsumsi di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) dengan menguji secara simultan pengaruh penggunaan fintech, *self-control*, dan gaya hidup terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu. Pengintegrasian ketiga variabel tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dibandingkan penelitian sebelumnya yang cenderung menguji variabel secara terpisah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fintech, *self-control*, dan gaya hidup terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu baik secara parsial maupun simultan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan fintech, *self-control*, dan *lifestyle* terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Kota Bengkulu dan menggunakan layanan *financial technology* (fintech) dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif di perguruan tinggi Kota Bengkulu dan pernah atau sedang menggunakan layanan fintech seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay, dan layanan sejenis lainnya. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendapat Hair et al. (2017), yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini menggunakan 21 indikator sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak 105 responden.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian, yaitu penggunaan fintech, *self-control*, *lifestyle*, dan kebiasaan berbelanja mahasiswa. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin dengan rentang skor 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Penggunaan Fintech (X_1)	Kemudahan penggunaan, kemanfaatan, frekuensi penggunaan, jenis layanan yang digunakan, keamanan dan kepercayaan, promosi dan keuntungan
Self-Control (X_2)	Kemampuan menahan dorongan, disiplin diri, pengelolaan emosi, perencanaan dan evaluasi diri, konsistensi terhadap tujuan
Lifestyle (X_3)	Aktivitas, minat, opini, pengaruh sosial, orientasi konsumsi
Kebiasaan Berbelanja (Y)	Frekuensi pembelian, impulsivitas belanja, pertimbangan kebutuhan, pengaruh sosial, pengelolaan keuangan pribadi

Analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 24. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R^2). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9882>

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

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

dengan Y merupakan kebiasaan berbelanja mahasiswa, a merupakan konstanta, b_1 , b_2 , dan b_3 merupakan koefisien regresi, X_1 adalah penggunaan fintech, X_2 adalah *self-control*, X_3 adalah *lifestyle*, dan e merupakan *error term*.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 105 mahasiswa di Kota Bengkulu yang memenuhi kriteria sebagai pengguna layanan financial technology (fintech). Data yang diperoleh melalui kuesioner kemudian dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 24 untuk mengetahui pengaruh penggunaan fintech, self-control, dan lifestyle terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	52	49,5
Perempuan	53	50,5
Semester 1–4	63	60,0
Semester 5–8	42	40,0
Total	105	100

Berdasarkan Tabel 2, responden penelitian didominasi oleh mahasiswa semester 1–4 sebesar 60,0%. Berdasarkan jenis kelamin, jumlah responden laki-laki dan perempuan relatif seimbang sehingga mampu menggambarkan karakteristik mahasiswa pengguna fintech di Kota Bengkulu.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian menunjukkan seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi lebih besar daripada r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selain itu, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Penggunaan Fintech	0,768	Reliabel
Self-Control	0,771	Reliabel
Lifestyle	0,771	Reliabel
Kebiasaan Berbelanja	0,773	Reliabel

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi persyaratan analisis. Uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal, uji multikolinearitas menunjukkan tidak terdapat hubungan yang kuat antarvariabel independen, serta uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model penelitian.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.
Konstanta	0,508	0,406	0,685
Penggunaan Fintech (X_1)	0,378	4,349	0,000
Self-Control (X_2)	0,212	2,256	0,026
Lifestyle (X_3)	0,314	3,377	0,001

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,508 + 0,378X_1 + 0,212X_2 + 0,314X_3 + e$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien positif. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan pada penggunaan fintech, self-control, dan lifestyle akan memengaruhi perubahan kebiasaan berbelanja mahasiswa.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan fintech berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan fintech, maka semakin tinggi pula aktivitas berbelanja mahasiswa. Kemudahan transaksi, akses pembayaran yang cepat, serta berbagai program promosi yang diberikan penyedia layanan fintech mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi secara lebih sering. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hasnita et al. (2025) yang menyatakan bahwa penggunaan dompet digital dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

Variabel self-control juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar $0,026 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri memiliki peran dalam menentukan keputusan pembelian yang dilakukan. Self-control yang baik membantu mahasiswa mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian sehingga mampu mengelola pengeluaran secara lebih rasional. Temuan ini mendukung penelitian Siregar dan Cholili (2023) yang menyatakan bahwa self-control berperan dalam mengendalikan perilaku konsumsi individu.

Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa aktivitas, minat, dan opini mahasiswa berkontribusi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan. Perkembangan media sosial dan tren yang berkembang di lingkungan pergaulan mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan pola konsumsi sesuai dengan gaya hidup yang diinginkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Fahriansah et al. (2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan dan Koefisien Determinasi

Keterangan	Nilai
F-hitung	269,594
Sig. F	0,000
Adjusted R Square	0,886

Berdasarkan Tabel 5, nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 menunjukkan bahwa penggunaan fintech, self-control, dan lifestyle secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,886 menunjukkan bahwa 88,6% variasi kebiasaan berbelanja mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 11,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menunjukkan bahwa faktor teknologi, faktor psikologis, dan faktor gaya hidup memiliki peran yang kuat dalam membentuk kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu.

4. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan fintech, self-control, dan lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu. Penggunaan fintech menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap kebiasaan berbelanja mahasiswa, yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital dan berbagai fitur yang ditawarkan mampu meningkatkan aktivitas konsumsi. Self-control juga berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan berbelanja, yang mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan diri berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Selain itu, lifestyle terbukti memengaruhi kebiasaan berbelanja karena pola aktivitas, minat, dan pengaruh lingkungan sosial turut membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 88,6% variasi kebiasaan berbelanja mahasiswa di Kota Bengkulu.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi keuangan dan pemahaman mengenai penggunaan fintech yang bijak perlu dilakukan untuk membantu mahasiswa mengelola perilaku konsumsi secara lebih rasional. Perguruan tinggi juga dapat berperan melalui program edukasi keuangan digital yang mendorong mahasiswa untuk lebih mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam melakukan pembelian. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, pendapatan, pengaruh teman sebaya, atau promosi digital sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kebiasaan berbelanja mahasiswa.

Reference

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ardiansyah, M., & Nurhadi, E. (2022). The Effect of Self-control and Financial Literacy on Consumptive Behavior of College Students. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 33–42.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. Prentice Hall.
- Baumeister, R. F. (2002). Self-Regulation and the Executive Function of the Self. In *Handbook of Self and Identity*. Guilford Press.
- Fahriansah, M., Nurhayati, R., & Iskandar, A. (2023). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 12(2), 145–156.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Hapsari, D., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 45–57.
- Hasnita, E., Putri, R., & Hidayat, A. (2025). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Kontemporer*, 9(1), 55–66.
- Hidayat, R., & Rahmawati, D. (2021). The Impact of E-Wallet Usage on Student Consumptive Behavior. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 8(2), 44–53.
- Kamela, A. (2022). The Influence of Fintech Adoption for Students Based on Theory of Planned Behavior (TPB). *Ekobis Journal*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Muraven, M., & Baumeister, R. F. (2000). Self-Regulation and Depletion of Limited Resources: Does Self-control Resemble a Muscle? *Psychological Bulletin*, 126(2), 247–259.
- Pratama, R., & Wardhani, R. (2021). Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 8(2), 55–68.
- Refitaningsih, D., & Widiastuti, D. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Menggunakan Fintech di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 9(3), 487–498.
- Sampe, A. A. (2023). The Influence of Fintech Payments, Financial Behavior, and Lifestyle on the Consumption Behavior of Generation Z in Palu City. *ISC-BEAM Proceedings*.
- Sari, M. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 14(1), 71–80.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Sekawan, R., Wijayanti, D., & Sukmana, M. (2022). Analysis of the Effect of Financial Literacy, Practicality, and Consumer Lifestyle on the Use of Chip-Based Electronic Money. *Sustainability*, 14(1), 32.
- Siregar, A. M., & Cholili, F. N. (2023). Pengaruh Self-control terhadap Impulsive Buying pada Mahasiswa Pengguna E-Wallet. *Jurnal Psikologi dan Keuangan*, 5(2), 102–111.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.