

PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN TAM TERHADAP ADOPSI FINTECH DENGAN MODERASI LITERASI KEUANGAN MAHASISWA

Nazwa Aaliya Al-Qadri¹, Wendy², Mustaruddin³, Anggraini Syahputri⁴

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia¹

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia²

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia³

Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia⁴

Email: nazwaaaliya@gmail.com

Abstract: The development of Financial Technology (Fintech) in Indonesia is driving changes in the financial behavior of students as a digital generation. This study aims to analyze the influence of a consumptive lifestyle, perceived usefulness, and perceived ease of use on fintech adoption among students, with financial literacy serving as a moderating variable. This study employs a quantitative approach with a causal-associative design. Data were collected via Google Forms from 216 active students in West Kalimantan who use fintech services. Analysis was conducted using multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA). The results indicate that perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on fintech adoption, with perceived ease of use being the most prominent factor. A consumptive lifestyle does not have a significant effect on the basic regression model. Financial literacy has a positive effect on fintech adoption and enhances the model's ability to explain variations in adoption. In the moderation test, financial literacy significantly weakened the influence of a consumptive lifestyle on fintech adoption, but did not moderate the relationship between the TAM variables and adoption. The final model explains 46.3% of the variation in students' fintech adoption. These findings reinforce the relevance of the Technology Acceptance Model in explaining fintech adoption behavior among students.

Keywords: *Consumptive Lifestyle; Perceived Usefulness; Perceived Ease of Use; Financial Literacy; Fintech Adoption; Technology Acceptance Model.*

Abstrak: Perkembangan Financial Technology (Fintech) di Indonesia mendorong perubahan perilaku keuangan mahasiswa sebagai generasi digital. Riset ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup konsumtif, perceived usefulness, dan perceived ease of use terhadap adopsi fintech yang dilakukan mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data diperoleh melalui Google Form ke 216 mahasiswa aktif di Kalimantan Barat yang menggunakan layanan fintech. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil menunjukkan bahwa perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech, dengan perceived ease of use sebagai faktor paling menonjol. Gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan pada model regresi dasar. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap adopsi fintech serta meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi adopsi. Pada pengujian moderasi, literasi keuangan secara signifikan memperlemah pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap adopsi fintech, namun tidak memoderasi hubungan antara variabel TAM dan adopsi. Model akhir menjelaskan 46,3% variasi adopsi fintech mahasiswa. Temuan ini memperkuat relevansi Technology Acceptance Model dalam menjelaskan perilaku adopsi fintech di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *Gaya Hidup Konsumtif; Perceived Usefulness; Perceived Ease of use; Literasi Keuangan; Adopsi Fintech, Technology Acceptance Model.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah secara signifikan cara masyarakat bertransaksi dan mengelola keuangan. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah *financial technology* (fintech), yaitu layanan keuangan berbasis teknologi digital yang menawarkan kemudahan, efisiensi, dan kecepatan transaksi (berijalan.co.id., 2024).

Perkembangan fintech di Indonesia terlihat dari meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital di berbagai lapisan masyarakat. Data Bank Indonesia yang dikutip oleh Katadata (2024) menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik pada Juli 2025 mencapai Rp85,67 triliun, melampaui transaksi menggunakan kartu ATM/debit maupun kartu kredit. Fenomena tersebut menunjukkan adanya pergeseran perilaku masyarakat dari transaksi tunai menuju sistem pembayaran digital yang lebih praktis dan fleksibel.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling adaptif terhadap perkembangan teknologi digital karena memiliki tingkat akses dan intensitas penggunaan internet yang tinggi. Layanan fintech seperti *e-wallet*, *mobile banking*, QRIS, dan *paylater* telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari mahasiswa. Nawawi (2020) menemukan bahwa mahasiswa Indonesia merupakan pengguna aktif layanan *e-wallet* seperti OVO, GoPay, dan DANA karena dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kenyamanan, serta berbagai promo yang ditawarkan. Kompasiana (2025) juga menjelaskan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* di Indonesia berasal dari kelompok generasi muda yang telah terbiasa dengan sistem pembayaran digital. Kemudahan transaksi tersebut mendorong mahasiswa untuk semakin terbiasa melakukan pembayaran secara non-tunai dalam berbagai aktivitas konsumsi.

Namun, di balik berbagai manfaat yang ditawarkan, penggunaan fintech juga memunculkan konsekuensi terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Kemudahan akses transaksi, promo *cashback*, diskon, dan fleksibilitas pembayaran digital berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, terutama pada generasi muda yang cenderung dekat dengan gaya hidup modern dan budaya konsumsi digital. Menurut Belk (1988), gaya hidup konsumtif menggambarkan kecenderungan individu membelanjakan uang secara berlebihan untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan. Konsep tersebut sejalan dengan teori *conspicuous consumption* yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen, di mana perilaku konsumsi muncul sebagai bentuk pencarian pengakuan sosial dan status. Selain itu, perilaku konsumtif juga dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Icek Ajzen yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991).

Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh tren sosial, pengaruh lingkungan, dan kemudahan transaksi digital. Hapsari (2024) menjelaskan bahwa gaya hidup generasi Z yang semakin konsumtif dipengaruhi oleh kemudahan akses fintech, promo menarik, dan kecenderungan mengikuti tren sosial. Temuan tersebut didukung oleh penelitian Izzatul Ummah et al. (n.d.) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z di Universitas Airlangga. Penelitian Wardani et al. (2025) juga menemukan bahwa intensitas penggunaan fintech berhubungan signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa karena kemudahan transaksi dan promo yang ditawarkan. Astuti et al. (2023) turut membuktikan bahwa persepsi terhadap kegunaan *e-wallet* dapat mendorong perilaku konsumtif pada generasi muda. Selain itu, Faizah (2022) menjelaskan bahwa *e-wallet* sebagai salah satu bentuk fintech berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa melalui persepsi kemudahan dan keamanan yang dirasakan pengguna. Namun demikian, Palasari et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan fintech tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, sehingga menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden dan konteks penelitian.

Fenomena meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital tidak selalu diikuti dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan tahun 2025 menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan mencapai 80,51%, sedangkan indeks literasi keuangan sebesar 66,46%. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa akses terhadap layanan keuangan berkembang lebih cepat dibandingkan pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan. Dalam konteks mahasiswa, kondisi ini menjadi penting karena penggunaan fintech yang tidak diimbangi dengan literasi keuangan berpotensi mendorong perilaku konsumsi yang kurang terkendali.

Dalam menjelaskan perilaku penerimaan teknologi, penelitian ini menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang diperkenalkan oleh Fred Davis. TAM menjelaskan bahwa penerimaan individu terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* (Davis, 1989). *Perceived usefulness* menggambarkan keyakinan individu bahwa penggunaan teknologi mampu meningkatkan efektivitas aktivitasnya, sedangkan *perceived ease of use* menunjukkan sejauh mana teknologi dianggap mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar. Dalam konteks fintech, mahasiswa cenderung menggunakan layanan keuangan digital apabila teknologi tersebut dianggap bermanfaat, efisien, dan mudah dioperasikan.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan faktor penting dalam mendorong adopsi fintech. Susilawaty dan Andista (2021) menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap penggunaan fintech karena pengguna merasa teknologi tersebut membantu aktivitas transaksi menjadi lebih efektif. Fatimah dan Syamsiah (2023) juga menunjukkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa menggunakan *e-wallet*. Temuan serupa diperoleh oleh Pratama dan Anas (2024) yang menyatakan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* merupakan determinan utama adopsi pembayaran digital pada generasi muda di Indonesia. Penelitian Nizam (2024) di Pakistan turut menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech, meskipun pengaruh *perceived ease of use* cenderung lebih dominan. Syifa dan Santoso (2024) juga membuktikan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap niat menggunakan uang elektronik.

Perceived ease of use menjadi salah satu faktor penting dalam penggunaan fintech karena kemudahan penggunaan teknologi akan meningkatkan penerimaan pengguna terhadap layanan digital. Davis (1989) menjelaskan bahwa *perceived ease of use* diartikan sebagai tingkat keyakinan individu bahwa teknologi dapat digunakan secara mudah dan bebas dari usaha yang rumit. Dalam konteks fintech, kemudahan registrasi, tampilan aplikasi yang sederhana, serta kecepatan transaksi menjadi faktor yang meningkatkan penggunaan layanan keuangan digital di kalangan mahasiswa. Az et al. (2024) menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat penggunaan fintech. Nasution et al. (2022) juga menemukan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap adopsi fintech mahasiswa. Temuan serupa diperoleh Acharya dan Bhojak (2024) yang menunjukkan bahwa sistem fintech yang *user-friendly* meningkatkan niat pengguna dalam mengadopsi teknologi keuangan digital.

Di sisi lain, literasi keuangan dipandang sebagai faktor yang dapat mengendalikan perilaku penggunaan fintech. Otoritas Jasa Keuangan (2022) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang efektif. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam menggunakan layanan fintech serta mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko penggunaan teknologi keuangan digital. Na et al. (2024) menjelaskan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu mengendalikan perilaku konsumsi dibandingkan individu dengan tingkat literasi rendah.

Penelitian Murti et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap penggunaan uang elektronik mahasiswa di Bengkulu. Utomo et al. (2025) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap *mobile payment system*. Selain itu, Syifa dan Santoso (2024) menemukan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara faktor teknologi dan perilaku penggunaan fintech. Santoso dan Lestari (2023) turut menjelaskan bahwa literasi keuangan memperkuat hubungan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap adopsi fintech sekaligus mengurangi dampak negatif perilaku konsumtif. Namun demikian, Fahrudin et al. (2025) menemukan bahwa penggunaan fintech tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial, sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara fintech dan perilaku konsumtif masih memerlukan kajian lebih lanjut.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di Provinsi Kalimantan Barat yang menunjukkan perkembangan penggunaan fintech cukup signifikan. Meskipun tingkat penggunaan fintech di Kalimantan Barat masih relatif lebih rendah dibandingkan skala nasional, tren peningkatan penggunaan QRIS, *e-wallet*, dan layanan pembayaran digital terus mengalami pertumbuhan. Tingginya penggunaan layanan fintech di kalangan mahasiswa menjadikan kelompok ini relevan untuk dianalisis karena berada pada fase produktif sekaligus dekat dengan budaya digital. Kondisi perkembangan fintech di Kalimantan Barat dibandingkan dengan skala nasional dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Pebandingan Penggunaan QRIS Kalbar terhadap Skala Nasional

Indikator	Kalimantan Barat	Nasional (Indonesia)
Penggunaan QRIS	350.911	>45 juta
Nilai Transaksi QRIS	Rp2 triliun	>Rp300 triliun
Penggunaan Fintech Lending	Tinggi (aduan dominan)	Tinggi

Digitalisasi Daerah	Indeks ETPD > 80%	Tidak semua daerah
---------------------	-------------------	--------------------

Sumber: Bank Indonesia (2025), Otoritas Jasa Keuangan (2024), Pontianak Post (2025), Diolah penulis.

Meskipun banyak penelitian yang sudah menggunakan TAM, tapi kajian yang menekankan pada gaya hidup konsumtif mahasiswa sebagai faktor penentu adopsi fintech masih terbatas. Di samping itu, kajian mengenai peran.

literasi keuangan sebagai variabel moderasi antara faktor-faktor TAM dan adopsi fintech masih jarang ditemukan, khususnya di wilayah Kalimantan Barat. Penelitian ini juga memberikan kebaruan dalam mempertimbangkan faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, dan domisili mahasiswa sebagai variabel kontrol untuk memperkuat validitas hasil.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari riset ini ialah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumtif, kegunaan yang dirasakan, dan kemudahan penggunaan terhadap adopsi fintech mahasiswa dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi, serta memperhatikan variabel kontrol demografis. Dengan demikian, riset ini diharapkan mampu memberikan partisipasi akademik dalam pengembangan literatur tentang perilaku keuangan generasi muda, sekaligus manfaat praktis bagi regulator, institusi pendidikan, dan penyedia layanan fintech dalam merancang strategi edukasi serta pengembangan layanan pembayaran digital yang lebih tepat sasaran.

METODE PENELITIAN

Riset ini menerapkan pendekatan kuantitatif pada pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat variabel bebas, yaitu gaya hidup konsumtif, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap variabel terikat, yaitu penggunaan fintech mahasiswa, dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi yang memiliki fungsi sebagai variabel yang memperkuat atau yang memperlemah hubungan antara variabel-variabel bebas dan terikat tersebut (Sugiyono, 2013). Maka dari itu, riset ini tidak hanya menjelaskan hubungan langsung antar variabel, tetapi juga menguji sejauh mana kemampuan literasi keuangan memoderasi hubungan tersebut.

Jenis riset menggunakan eksplanatori (*explanatory research*) dengan tujuan untuk menggambarkan hubungan sebab-akibat antar variabel melalui proses pengujian hipotesis yang telah dirumuskan berdasarkan teori TAM. Data diperoleh melalui kuesioner dengan skala likert 1-5 terdiri dari 1: Sangat Tidak Setuju (STS), 2: Tidak Setuju (TS), 3: Netral (N), 4: Setuju (S), 5: Sangat Setuju (SS). Dengan menggunakan skala likert memungkinkan peneliti untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang mewakili indikator dari variabel penelitian.

Data yang digunakan merupakan data primer sebagai basis data utama. Data didapatkan secara langsung dari responden melalui pengisian kuesioner menggunakan *Google Form* yang disusun mengacu pada indikator setiap variabel. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Kalimantan Barat baik di universitas negeri maupun swasta. Riset ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sengaja ditetapkan agar responden relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2013). Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif di Provinsi Kalimantan Barat yang berdasarkan data pada Badan Pusat Statistik (2025) pada tahun 2024 berjumlah $N = 91.901$.

Adapun kriteria *purposive sampling* yang digunakan adalah:

1. Mahasiswa aktif (perguruan tinggi negeri/swasta) di Provinsi Kalimantan Barat.
2. Berusia 17–25 tahun.
3. Pernah atau sedang menggunakan layanan fintech (*e-wallet*, *mobile banking*, atau *paylater*).
4. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis statistik deskriptif, uji korelasi, dan analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memaparkan karakteristik responden dan memberikan gambaran umum tentang persepsi mereka terhadap masing-masing variabel (Rianto Rahadi & mifta Farid, 2021). Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat sebelum dilakukan pengujian regresi. Sedangkan uji MRA digunakan untuk menganalisis apakah literasi

keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang memberikan pengaruh terhadap sejauh mana serta arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

MRA dilakukan dengan menambahkan variabel interaksi (hasil perkalian antara variabel independen dan variabel moderasi) ke dalam persamaan regresi. Pengujian dilakukan secara bertahap melalui tiga model regresi sebagai berikut:

1. Model 1 (Regresi Dasar)
Menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen tanpa melibatkan variabel moderasi:

$$ADFi = \alpha + \beta_1 GHKi + \beta_2 PCUi + \beta_3 PEUi + \epsilon_i$$
2. Model 2 (Regresi dengan Variabel Moderasi)
Menambahkan variabel moderasi literasi keuangan (Z) untuk melihat pengaruh langsungnya terhadap variabel dependen:

$$ADFi = \alpha + \beta_1 GHKi + \beta_2 PCUi + \beta_3 PEUi + \beta_4 LKUi + \epsilon_i$$
3. Model 3 (Regresi Interaksi /Uji Moderasi)
Menambahkan variabel interaksi antara masing-masing variabel independen dan moderasi untuk menguji efek moderasi literasi keuangan:

$$ADFi = \alpha + \beta_1 GHKi + \beta_2 PCUi + \beta_3 PEUi + \beta_4 LKUi + \beta_5 (GHKi \times LKUi) + \beta_6 (PCUi \times LKUi) + \beta_7 (PEUi \times LKUi) + \epsilon_i$$

Keterangan:

ADFi	= Adopsi Fintech
GHKi	= Gaya Hidup Konsumtif
PCUi	= <i>Perceived Usefulness</i>
PEUi	= <i>Perceived Ease of Use</i>
LKUi	= Literasi Keuangan
α	= Konstanta
ϵ_i	= <i>Error term</i>

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Aplikasi ini dipilih karena memiliki kemampuan yang komprehensif dalam mengolah dan menganalisis data kuantitatif, termasuk regresi linier dan pengujian model moderasi dengan tingkat akurasi yang baik. Melalui SPSS, peneliti dapat mengelola data hasil kuesioner secara sistematis, mulai dari uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis statistik deskriptif, hingga pengujian hipotesis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Menurut Basuki (2014) SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. SPSS banyak digunakan dalam berbagai riset pemasaran, pengendalian dan perbaikan mutu (*quality improvement*), serta riset-riset sains. Selain itu, Damodar N. Gujarati & Dawn C. Porter (2020) juga menegaskan bahwa penggunaan SPSS sangat membantu peneliti dalam melakukan estimasi dan interpretasi hasil analisis karena tampilannya yang user-friendly serta kemampuan programnya dalam menghasilkan *output* perhitungan secara cepat dan akurat.

SPSS digunakan untuk menghitung koefisien regresi, nilai probabilitas (*p-value*), uji t, dan nilai R² guna menilai kekuatan hubungan antar variabel serta signifikansi pengaruhnya. Selain itu, SPSS juga mempermudah peneliti dalam membentuk model regresi interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi untuk mengetahui apakah literasi keuangan berperan sebagai moderator dalam hubungan antara gaya hidup konsumtif, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* terhadap adopsi fintech mahasiswa. Dengan demikian, penggunaan SPSS membantu peneliti melakukan pengujian data secara akurat, efisien, dan sesuai dengan kaidah analisis kuantitatif modern.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Dalam proses pengumpulan data, diperoleh total responden adalah 250 responden dan diketahui terdapat 34 data yang tidak cocok dengan kriteria yang telah ditetapkan sehingga total data responden yang dapat diolah sebanyak 216 responden. Dalam penelitian ini ditetapkan karakteristik responden dengan kategori berdasarkan jenis kelamin, umur, dan asal daerah di Kalimantan Barat. Berikut dibawah ini merupakan deskripsi dari responden yang telah mengisi kuisioner:

Tabel 2 Karakteristik Responden

Karakteristik Demografis		Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	96	44,4%
	Perempuan	120	55,6%
Total		216	100%
Umur	17	3	1,4%
	18	4	1,9%
	19	10	4,6%
	20	34	15,7%
	21	55	25,5%
	22	28	13,0%
	23	19	8,8%
	24	37	17,1%
	25	26	12,0%
Total		216	100%
Asal Daerah di Kalbar	Sambas	9	4,4%
	Bengkayang	5	2,4%
	Landak	10	4,8%
	Mempawah	36	16,8%
	Sanggau	35	16,4%
	Ketapang	10	4,8%
	Sintang	7	3,2%
	Kapuas Hulu	4	2,0%
	Sekadau	9	4,0%
	Melawi	5	2,4%
	Kayong Utara	3	1,6%
	Kubu Raya	20	9,2%
	Kota Pontianak	55	25,6%
	Kota Singkawang	4	2,4%
Total		216	100%

Sumber: Data Primer (2025)

Menurut hasil pengolahan data terhadap 216 responden, diketahui responden perempuan berjumlah 120 orang (55,6%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 96 orang (44,4%), yang menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan lebih dominan dalam penelitian ini. Apabila ditinjau dari umur, responden berada pada rentang usia 17-25 tahun dengan mayoritas responden berada pada usia 21 tahun sejumlah 55 orang (25,5%), diikuti usia 24 tahun sejumlah 37 orang (17,1%), usia 20 tahun sejumlah 34 (15,7%), dan usia 22 tahun sejumlah 28 orang (13,0%). Secara keseluruhan, responden didominasi oleh kelompok usia 20-24 tahun, yang mencerminkan usia produktif mahasiswa dan sesuai dengan karakteristik usia produktif mahasiswa dan sesuai dengan karakteristik populasi penelitian.

Berdasarkan asal daerah, responden berasal dari bermacam-macam kabupaten/kota di Provinsi Kalimantan Barat. Mayoritas responden berasal dari Kota Pontianak sebanyak 55 orang (25,6%), diikuti oleh kabupaten Mempawah sebanyak 36 orang (16,8%), dan Kabupaten Sanggau sebanyak 35 orang (16,4%). Selebihnya, responden tersebar di Kubu Raya, Ketapang, Landak, Sambas, Sekadau, Sintang, Bengkayang, Kota Singkawang, Melawi, Kapuas Hulu, dan Kayong Utara, yang menunjukkan bahwa sampel penelitian memiliki sebaran wilayah yang cukup merata.

Uji Statistik Deskriptif

Uji statistik deskriptif digunakan untuk mengilustrasikan dan meringkas karakteristik data riset melalui ukuran-ukuran seperti nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi, sehingga memberikan gambaran umum mengenai kondisi data tanpa melakukan pengujian hipotesis.

Tabel 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Dev
Gaya Hidup Konsumtif	216	11	34	18.2269	5.22956
<i>Perceived Usefulness</i>	216	26	35	31.4352	2.04722
<i>Perceived Ease of Use</i>	216	26	35	31.5139	2.12839
Adopsi Fintech	216	26	35	31.1250	1.96199

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 3 hasil statistik deskriptif dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup Konsumtif memiliki nilai minimum sebesar 11 dan maksimum 34 dengan rata-rata (mean) sebesar 18,23 serta standar deviasi 5,23. Nilai rata-rata yang relatif lebih rendah dibandingkan rentang maksimal menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup konsumtif mahasiswa cenderung berada pada kategori sedang ke rendah. Standar deviasi yang cukup besar memperlihatkan adanya variasi perilaku konsumtif antar responden.
2. *Perceived Usefulness* memiliki nilai minimum 26 dan maksimum 35 dengan rata-rata 31,44 dan standar deviasi 2,05. Nilai mean yang mendekati skor maksimum menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi yang tinggi terhadap manfaat fintech. Standar deviasi yang kecil memperlihatkan bahwa persepsi responden relatif homogen.
3. *Perceived Ease of Use* memiliki nilai minimum 26 dan maksimum 35 dengan rata-rata 31,51 serta standar deviasi 2,13. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa menilai fintech mudah digunakan. Nilai standar deviasi yang rendah memperlihatkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan cukup konsisten antar responden.
4. Variabel Adopsi Fintech memiliki nilai minimum 26 dan maksimum 35 dengan rata-rata 31,13 serta standar deviasi 1,96. Nilai mean yang tinggi menunjukkan bahwa tingkat adopsi fintech di kalangan mahasiswa tergolong tinggi. Standar deviasi yang kecil memperlihatkan bahwa tingkat adopsi relatif merata di antara responden.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan bahwa error (u_i) terdistribusi normal dengan rata-rata nol dan varians konstan, sehingga asumsi klasik regresi terpenuhi. Jika nilai signifikansi (*p-value*) > 0,05, artinya data dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika *p-value* < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal (Gujarati & Porter, 2006)

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas (Kolmogrov-Smirnov Test)

Keterangan	Nilai
N	216
<i>Test Statistic</i>	0.059
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.067
Monte Carlo Sig.	0.068

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogrov-Smirnov, didapatkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0.067 dan Monte Carlo Sig. sebesar 0.068. Kedua nilai tersebut melebihi 0.05 sehingga bisa disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Dengan demikian, model penelitian telah memenuhi asumsi klasik normalitas dan dapat dilakukan analisis regresi lebih lanjut.

Uji Korelasi Antar Variabel

Uji korelasi antar variabel digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dalam model regresi guna mendeteksi adanya multikolinearitas yang dapat memengaruhi kestabilan dan keakuratan perkiraan koefisien regresi.

Tabel 5 Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	Gaya Hidup Konsumtif	Perceived Usefulness	Perceived Ease of Use	Adopsi Fintech
Gaya Hidup Konsumtif	1	-0.256 (0.000)***	-0.098 (0.152)	-0.170 (0.012)**
Perceived Usefulness	-0.256 (0.000)***	1	0.422 (0.000)***	0.509 (0.000)***
Perceived Ease of Use	-0.098 (0.152)	0.422 (0.000)***	1	0.579 (0.000)***
Adopsi Fintech	-0.170 (0.012)**	0.509 (0.000)***	0.579 (0.000)***	1

Sumber: Data Diolah (2025)

Keterangan: Variabel Terikat = ADF; *** sig. 1%; ** sig. 5%; *sig.10%

Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang berbeda antar variabel penelitian.

1. Gaya Hidup Konsumtif memiliki hubungan negatif yang lemah dengan Adopsi Fintech ($r = -0.170$; $p < 0.05$). Hal ini memperlihatkan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif mahasiswa, kecenderungan adopsi fintech justru sedikit menurun.
2. *Perceived Usefulness* (Kegunaan yang Dirasakan) memiliki hubungan positif yang cukup kuat dengan Adopsi Fintech ($r = 0.509$; $p < 0.01$). Artinya, semakin mahasiswa merasa fintech bermanfaat, maka semakin tinggi adopsinya.
3. *Perceived Ease of Use* (Kemudahan Penggunaan) memiliki hubungan positif paling kuat dengan Adopsi Fintech ($r = 0.579$; $p < 0.01$). Hal ini memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi factor dominan dalam mendorong mahasiswa mengadopsi fintech.

Secara deskriptif, variabel yang memiliki korelasi paling kuat terhadap Adopsi Fintech adalah Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan.

Pengujian Model – Model Regresi

Uji regresi digunakan untuk membuktikan dan mengukur pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen, serta memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan hubungan tersebut sedangkan Uji regresi interaksi moderasi digunakan untuk mengetahui apakah variabel moderasi memperkuat, memperlemah, atau mengubah arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen melalui pembentukan variabel interaksi dalam model regresi.

Tabel 6 Hasil Pengujian Model-Model Penelitian

NO.	Variabel	Model 1	Model 2	Model 3
1	Konstanta <i>P-value</i>	9.242 (0.000)***	8.499 (0.000)***	-7.349 (0.574)
2	Gaya Hidup Konsumtif (GHK) <i>P-value</i>	-0.018 (0.379)	0.023 (0.301)	0.532 (0.006)***
3	<i>Perceived Usefulness</i> (PCU) <i>P-value</i>	0.296 (0.000)***	0.218 (0.000)***	0.614 (0.097)*
4	<i>Perceived Ease of Use</i> (PEU) <i>P-value</i>	0.409 (0.000)***	0.349 (0.000)***	0.116 (0.754)
5	Literasi Keuangan (LKU) <i>P-value</i>	-	0.144 (0.000)***	0.669 (0.141)
6	GHK*LKU <i>P-value</i>	-	-	-0.017 (0.009)***
7	PCU*LKU <i>P-value</i>	-	-	-0.014 (0.287)

8	PEU*LKU <i>P-value</i>	-	-	0.008 (0.541)
9	F <i>P-value</i>	51.706 (0.000)***	44.987 (0.000)***	27.477 (0.000)***
10	<i>Adjusted R²</i>	0.414	0.450	0.463

Keterangan: Variabel Terikat = ADF; *** sig. 1%; ** sig. 5%; *sig.10%
 Sumber: Data Diolah (2025)

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian regresi, Model 1 memperlihatkan bahwa secara simultan gaya hidup konsumtif, *perceived usefulness*, dan *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap adopsi fintech mahasiswa ($F = 51,706$; $Sig = 0,000$) dengan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,414. Pada pengujian parsial, *perceived usefulness* ($B = 0,296$; $p = 0,000$) dan *perceived ease of use* ($B = 0,409$; $p = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech, sehingga H2 dan H3 diterima. Lebih lanjut, nilai koefisien beta terbesar pada variabel *perceived ease of use* memperlihatkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling dominan dalam mendorong adopsi fintech di kalangan mahasiswa.

Temuan ini selaras dengan dinamika yang telah diuraikan pada bagian pendahuluan, di mana terjadi pergeseran preferensi masyarakat menuju sistem pembayaran digital. Dalam konteks tersebut, mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang akrab dengan teknologi menunjukkan kecenderungan untuk memanfaatkan fintech sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, dominannya pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa keputusan adopsi fintech lebih banyak didasarkan pada pertimbangan praktis, seperti efisiensi, kemudahan, dan kecepatan dalam bertransaksi.

Temuan ini konsisten dengan teori TAM yang diperkenalkan oleh Fred Davis (1989), yang menekankan bahwa persepsi terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan determinan utama dalam penerimaan teknologi. Dalam hal ini, mahasiswa cenderung memandang fintech sebagai sarana yang mampu mempermudah aktivitas keuangan mereka, baik untuk kebutuhan akademik maupun konsumsi sehari-hari. Dengan demikian, penggunaan fintech tidak hanya dipengaruhi oleh tren digital, tetapi juga oleh pertimbangan rasional terkait fungsi dan kemanfaatannya. Hal ini sejalan dengan fenomena tingginya penggunaan layanan *e-wallet* di kalangan mahasiswa yang didorong oleh faktor kenyamanan, kemudahan, dan berbagai penawaran yang tersedia.

Di sisi lain, H1 yang menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh positif terhadap adopsi fintech tidak terbukti pada model regresi dasar ($B = -0,018$; $p = 0,379$). Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun dalam pendahuluan telah dijelaskan adanya kecenderungan perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi dan berbagai promosi, faktor tersebut tidak secara langsung menjadi pendorong utama dalam keputusan adopsi fintech. Dengan kata lain, kecenderungan konsumtif yang muncul di kalangan mahasiswa tidak selalu diikuti dengan peningkatan penggunaan fintech sebagai sarana transaksi.

Pada Model 2, ketika literasi keuangan dimasukkan sebagai variabel independen tambahan, nilai *Adjusted R²* meningkat menjadi 0,450 dan literasi keuangan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap adopsi fintech ($B = 0,144$; $p = 0,000$). Temuan ini dapat dipahami dalam konteks adanya kesenjangan antara tingkat inklusi keuangan dan literasi keuangan sebagaimana telah disampaikan pada pendahuluan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap layanan keuangan semakin luas, kemampuan dalam memahami dan mengelola keuangan tetap menjadi faktor penting. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih mampu memanfaatkan fintech secara tepat dan bertanggung jawab.

Namun, pada Model 3 (MRA), meskipun nilai *Adjusted R²* kembali meningkat menjadi 0,463 ($F = 27,477$; $Sig = 0,000$), pengaruh langsung literasi keuangan terhadap adopsi fintech menjadi tidak signifikan ($B = 0,669$; $p = 0,141$) setelah variabel interaksi dimasukkan. Sebaliknya, interaksi antara gaya hidup konsumtif dan literasi keuangan signifikan dengan arah negatif ($B = -0,017$; $p = 0,009$). Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai *pure moderator*,

yaitu variabel yang tidak secara langsung memengaruhi adopsi fintech, tetapi mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel lainnya.

Jika dikaitkan dengan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, hasil ini memberikan gambaran bahwa potensi peningkatan perilaku konsumtif akibat kemudahan fintech tidak selalu terjadi secara langsung, melainkan bergantung pada tingkat literasi keuangan individu. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih selektif dalam menggunakan fintech, sehingga pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan adopsi menjadi lebih terkendali.

Sementara itu, interaksi antara literasi keuangan dengan *perceived usefulness* ($B = -0,014$; $p = 0,287$) dan *perceived ease of use* ($B = 0,008$; $p = 0,541$) tidak signifikan, sehingga H5 dan H6 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kedua variabel tersebut terhadap adopsi fintech bersifat langsung dan relatif stabil, tanpa dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan. Dengan kata lain, ketika mahasiswa telah memandang fintech sebagai teknologi yang bermanfaat dan mudah digunakan, keputusan untuk mengadopsinya tetap kuat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model* dalam menjelaskan perilaku adopsi fintech mahasiswa, tetapi juga menunjukkan bahwa fenomena yang terjadi di masyarakat tidak dapat dipahami secara sederhana. Peningkatan penggunaan fintech di kalangan mahasiswa mencerminkan adanya perpaduan antara kemudahan teknologi, kebutuhan praktis, serta kemampuan individu dalam mengelola keuangan. Dengan demikian, adopsi fintech lebih merefleksikan proses pengambilan keputusan yang rasional, dengan literasi keuangan berperan sebagai faktor yang membantu menjaga keseimbangan dalam perilaku konsumsi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi bertahap dengan tiga model, dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech mahasiswa pada model regresi dasar. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan fintech, maka semakin tinggi pula tingkat adopsinya. Variabel *perceived ease of use* memiliki koefisien paling besar pada Model 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa aspek kemudahan penggunaan menjadi determinan utama dalam keputusan mahasiswa menggunakan layanan keuangan digital. Hasil ini memperkuat validitas empiris *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan perilaku adopsi teknologi finansial.

Sebaliknya, gaya hidup konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi fintech pada model regresi dasar. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa dalam mengadopsi fintech lebih didasarkan pada pertimbangan rasional terhadap karakteristik teknologi dibandingkan dorongan perilaku konsumtif. Dengan demikian, H1 ditolak, sedangkan H2 dan H3 diterima.

Pada Model 2, literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi fintech serta meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi adopsi (*Adjusted R²* meningkat dari 0,414 menjadi 0,450). Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik mendorong mahasiswa untuk lebih percaya diri dan selektif dalam memanfaatkan layanan fintech.

Pada Model 3 (MRA), literasi keuangan terbukti secara signifikan memoderasi hubungan antara gaya hidup konsumtif dan adopsi fintech dengan arah pengaruh negatif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin lemah pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap keputusan mengadopsi fintech. Namun demikian, literasi keuangan tidak memoderasi hubungan antara *perceived usefulness* maupun *perceived ease of use* terhadap adopsi fintech. Dengan demikian, hipotesis moderasi pada gaya hidup konsumtif diterima, sedangkan hipotesis moderasi pada variabel TAM ditolak. Secara keseluruhan, model akhir memiliki nilai *Adjusted R²* sebesar 0,463, yang menunjukkan bahwa 46,3% variasi adopsi fintech dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini.

Secara umum, hasil penelitian ini memperkuat relevansi TAM dalam menjelaskan perilaku adopsi fintech mahasiswa, di mana faktor kognitif berbasis persepsi teknologi terbukti lebih dominan dibandingkan faktor gaya hidup. Literasi keuangan berperan sebagai mekanisme kontrol yang mampu mengurangi dampak perilaku konsumtif dalam penggunaan fintech, sehingga transformasi digital di sektor keuangan pada generasi muda lebih mencerminkan adaptasi rasional dibandingkan dorongan konsumsi semata.

SARAN

Berdasarkan selama proses dan hasil dari penelitian ini, tentunya terdapat keterbatasan. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa sebagai populasi penelitian, sehingga temuan yang diperoleh merepresentasikan karakteristik generasi muda dalam konteks pendidikan tinggi dan tidak secara langsung mencerminkan perilaku kelompok masyarakat lainnya. Data riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan *Google Form* berbasis persepsi (*self-reported data*), sehingga sangat bersandarkan pada kejujuran dan subjektivitas responden dalam menjawab pertanyaan., sehingga potensi bias persepsi tidak dapat sepenuhnya dihindari. Selain itu, model penelitian hanya mengintegrasikan konstruk TAM, gaya hidup konsumtif, dan literasi keuangan, sehingga belum mencakup faktor lain seperti persepsi risiko, kepercayaan, maupun pengaruh sosial yang juga berpotensi memengaruhi adopsi fintech. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0,463 juga memperlihatkan bahwa masih terdapat faktor lain di luar model yang dapat menjelaskan variasi adopsi fintech.

Sejalan dengan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden pada kelompok masyarakat yang lebih heterogen, seperti pekerja, pelaku usaha, atau pengguna fintech aktif di berbagai sektor. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel lain seperti *perceived risk*, *trust*, keamanan data, atau pengaruh sosial untuk memperkuat model dan meningkatkan daya kejelasan penelitian.

Lalu, dari hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi praktis. Pertama, bagi penyedia layanan fintech, temuan bahwa *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* menjadi determinan utama menunjukkan pentingnya pengembangan fitur yang efisien, sederhana, dan mudah dipahami oleh pengguna mahasiswa. Strategi peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) perlu menjadi prioritas dalam pengembangan produk.

Kedua, temuan bahwa literasi keuangan mampu memperlemah pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap adopsi fintech menunjukkan pentingnya edukasi keuangan di kalangan mahasiswa. Institusi pendidikan dan regulator dapat memperkuat program literasi keuangan guna memastikan bahwa penggunaan fintech dilakukan secara rasional dan bertanggung jawab.

Ketiga, hasil ini mengindikasikan bahwa transformasi digital di sektor keuangan tidak secara otomatis mendorong perilaku konsumtif, melainkan dapat diarahkan menjadi instrumen pengelolaan keuangan yang produktif apabila didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Acharya, U., & Bhojak, N. (2024). *A study on digital natives' adoption of fintech: Perspectives from generations Y and Z*.
- Arini, E., & Faizah, K. (2022). *Pengaruh financial technology (fintech) e-wallet terhadap perilaku konsumtif kaum milenial (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Vokasi Universitas Airlangga Surabaya)*. Skripsi.
- Astuti, H., Firmansah, M. B., & Wicaksono, A. B. (2023). *Perilaku konsumtif dengan penggunaan fintech e-wallet*. *Jurnal DMS*, 12, 725–738.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211
- Az, Y., Syam, Z., & Hutapea, R. S. (2024). *Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat pengguna financial technology berdasarkan teori Technology Acceptance Model (TAM)*. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 4(2), 77–83.
- Basuki, A. T. (2018). *Ekonometrika pengantar (dilengkapi penggunaan EViews)*.
- Belk, R. W. (1988). *Possessions and the extended self*. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168.
- berijalan.co.id. (2024). *Fenomena maraknya fintech dan pembayaran digital di Indonesia*. Retrieved September 30, 2025, from berijalan.co.id

- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- Fahrudin, N., Nurhedi, M., Afandy, A. R., & Sholihin, M. (2025). *Pengaruh financial technology terhadap perilaku konsumtif generasi milenial*.
- Fatimah, M., & Syamsiah. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Trust, Perceived Self-Efficiency, Perceived Ease Of Use, Dan Perceived Security Terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Studi Pada Pengguna Fitur Layanan Go Pay di STIE Madani Balikpapan Tahun 2019)*.
- Febisatria, A., Laega, E.T.Z.R., & Pratama, A.A. (2025). *Digital Banking Adoption in Indonesia: The Role of Perceived Usefulness and Ease of Use*.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2020). *The McGraw-Hill series in economics*.
- Hapsari, D. A. (2024). *Pengaruh financial literacy, gaya hidup, perceived usefulness, dan perceived ease of use terhadap perilaku konsumtif Gen-Z sebagai pengguna QRIS sebagai alat pembayaran digital di Yogyakarta*. Tesis.
- Izzatul Ummah, F., Azzah Zhafira, A., Dhefany Effendy, A., Fathya Mahdiyyah, A., & Glorino Rumambo Pandin, M. (n.d.). *The influence of e-wallet on a consumptive lifestyle in Generation Z: Airlangga University students (English Department)*.
- Karo-Karo, L. (2022). *Pengaruh literasi keuangan dan financial technology terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prof. Dr. Moestopo (Beragama)*.
- Katadata. (2024). *Transaksi uang elektronik Indonesia capai Rp835,84 triliun sepanjang 2023*. Retrieved September 30, 2025, from katadata.co.id
- Kompasiana. (2025). *Mayoritas pengguna e-wallet berasal dari generasi muda*. Retrieved September 30, 2025, from kompasiana.com
- Manajemen Bisnis, J., Tri Murti, H., Lakoni, I., Safrianti, S., & Hazairin, U. (2023). *Pengaruh literasi keuangan dan literasi teknologi terhadap adopsi uang elektronik pada mahasiswa di Kota Bengkulu melalui mediasi attitude toward adoption*.
- Murti, A., Lakoni, Y., & Safrianti, D. (2023). *Literasi keuangan dan penggunaan uang elektronik mahasiswa*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(3), 210–222.
- Na, N., Aisa, M., & Silalahi, F. H. (2024). *Analisis literasi keuangan Gen-Z: Studi kasus pada mahasiswa akuntansi*. *Journal of Ecotourism and Rural Planning*, 1, 1–12.
- Nasution, A. P., Prayoga, Y., Pohan, M. Y. A., & Siregar, Z. M. E. (2022). *Adoption of fintech by Labuhanbatu students*. *International Journal of Social Science and Business*, 7(1), 43–49.
- Nawawi, H. H. (2020). *Penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa*. *Jurnal Emik*, 3(2).
- Nizam, K. (2024). *The impact of perceived usefulness, ease of use, and digital payment integration on FinTech adoption: An empirical study in Pakistan*. *Journal of Peace Development & Communication*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan 2022*. Jakarta: OJK.
- Palasari, R. S., Safitri, A., & Wijayanti, D. I. (2025). *Pengaruh faktor demografi dan literasi keuangan terhadap kinerja keuangan UMKM di Kota Malang: Locus of control sebagai variabel intervening*. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6144–6156.
- Pratama, A., & Anas, E. P. (2024). *Financial technology adoption on payment systems and financial transactions among millennials in Indonesia*. *Syntax Literate*, 9(3).
- Raharjo, B. (2021). *Fintech: Teknologi finansial perbankan digital*.

- Rianto Rahadi, D., & Farid, M. M. (2021). *Analisis variabel moderating*.
- Saputra, M. S., & Nurjihadi, M. (2023). *Sikap mahasiswa dalam adopsi aplikasi keuangan BRIMO dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. *BIOS: Jurnal Teknologi Informasi dan Rekayasa Komputer*, 4(1), 18–24.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Susilawaty Hutapea, R., & Andista, D. R. (2021). *The effect of perceived ease of use, perceived usefulness, and risk on user interest in using financial technology peer to peer lending*.
- Syifa, G. A., & Santoso, S. (2024). *Pengaruh perceived ease of use dan perceived usefulness terhadap niat menggunakan uang elektronik (Studi kasus pada mahasiswa FIA UNKRIS Jakarta)*. *Pandita: Interdisciplinary Journal of Public Affairs*, 7(2), 167–179.
- Universitas Negeri Yogyakarta. (2019). *Fintech dan gaya hidup mahasiswa*.
- Utomo, F. S. (2025). *Factors influencing user adoption of mobile payment system: An integrated model of perceived usefulness, ease of use, financial literacy, and trust*. *Journal of Digital Market and Digital Currency*, 2(2), 135–156.
- Wardani, P. K., Nasution, I. P., & Sundari, S. (2025). *Pengaruh e-wallet terhadap perilaku konsumtif generasi Z di kalangan mahasiswa*. 2(2), 500–507.