

PERAN PENGGUNAAN *FINTECH PAYMENT* TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN DI KAMPUS UPI TASIKMALAYA

Arief Rizqi¹, Krisna Sujaya², Azizah Fauziyah³

Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia^{1,2,3}

Email: ariefrizqi@upi.edu¹

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kemajuan teknologi yang mengubah perilaku manusia, termasuk layanan keuangan yang beralih dari konvensional ke berbasis teknologi, serta pengaruhnya terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh penggunaan Fintech Payment terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah 280 mahasiswa aktif kewirausahaan, dengan sampel sebanyak 160 mahasiswa yang diambil menggunakan metode Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis menggunakan teknik Simple Linear Regression Analysis menggunakan perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan fintech payment berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa, membantu dalam pengelolaan keuangan, seperti pencacatan keuangan dan juga pengeluaran keuangan, mencakup aspek seperti Pengeluaran Terencana, Konsumsi Rasional, Perilaku tidak mengikuti trend, Pengelolaan Keuangan Efisien, Pembelian Berdasarkan Nilai, Perilaku Konsumsi yang Memotivasi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman mengenai keterkaitan antara fintech payment dan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, serta memberikan panduan bagi pengembangan layanan fintech yang lebih baik untuk mengelola perilaku keuangan mahasiswa. Hasil dari riset ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam melengkapi pengetahuan mahasiswa mengenai keterkaitan antara fintech dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. Selain itu, hasil riset ini dapat diaplikasikan sebagai sumber materi pembelajaran bagi kalangan akademisi, mahasiswa, masyarakat, dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Penelitian ini dilakukan berdasarkan data penelitian berbasis data yang ditemukan pada mahasiswa kewirausahaan di Universitas Pendidikan Indonesia, sehingga penelitian ini memiliki keaslian penelitian.

Keywords: Mahasiswa, Kewirausahaan, Perilaku Pengelolaan Keuangan, Fintech payment

Abstract

This research is motivated by technological advances that change human behavior, including financial services that switch from conventional to technology-based, and their influence on student financial management behavior. This study aims to investigate the effect of using Fintech Payment on the financial management behavior of entrepreneurial students at the UPI Tasikmalaya Campus. The research method used is quantitative with descriptive and verification approaches. The research population was 280 active entrepreneurship students, with a sample of 160 students taken using the Slovin method. Data were collected through a Likert scale-based questionnaire and analyzed using Simple Linear Regression Analysis technique using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software. The

results showed that the use of fintech payment has a significant effect on Student Financial Management Behavior, helping in financial management, such as financial recording and also financial spending, covering aspects such as Planned Spending, Rational Consumption, Behavior not following trends, Efficient Financial Management, Value Based Purchasing, Motivating Consumption Behavior. This research contributes to the understanding of the relationship between fintech payments and student financial management behavior, and provides guidance for the development of better fintech services to manage student financial behavior. The results of this research can make a significant contribution in complementing students' knowledge about the relationship between fintech and Student Financial Management Behavior. In addition, the results of this research can be applied as a source of learning material for academics, students, the community, and other interested parties. This research was conducted based on data-based research data found on entrepreneurship students at Universitas Pendidikan Indonesia, so this research has research authenticity.

Keywords: *Students, Entrepreneurship, Financial Management Behavior, Fintech payment*

Pendahuluan

Perilaku konsumen adalah sebuah proses yang dilalui individu atau kelompok ketika memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Solomon, 2020). Terdapat beberapa urgensi mengapa Perilaku konsumen ini sangat penting untuk dipahami salah satunya memahami perilaku konsumen dapat membantu individu dalam mengambil keputusan yang lebih baik terkait pengeluaran, investasi, dan pengelolaan keuangan pribadi secara umum (Thaler, 2015).

Untuk mengimplementasikan strategi-strategi yang efektif berdasarkan urgensi pemahaman perilaku konsumen, Perilaku konsumen dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis berdasarkan tingkat keterlibatannya yang tertulis dalam buku *Consumer Behavior* oleh yaitu, Perilaku Pembelian Kompleks (*Complex Buying Behavior*), Perilaku Mengurangi Disonansi (*Dissonance-Reducing Buying Behavior*), Perilaku Kebiasaan (*Habitual Buying Behavior*), Perilaku Mencari Variasi (*Variety-Seeking Buying Behavior*) (Schiffman, & Kanuk, 2015). Dari keempat kategori perilaku konsumen yang diuraikan oleh Schiffman dan Kanuk (2015), dalam hal perilaku pengelolaan keuangan, Perilaku Pembelian Kompleks (*Complex Buying Behavior*) adalah merupakan aspek yang ditekankan dalam hal ini, di mana keterlibatan, perbedaan signifikan antara pilihan, risiko, dan proses riset mendalam menjadi faktor kunci dalam pengambilan keputusan, ini melibatkan pemahaman tentang preferensi, kebiasaan, dan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan keuangan mereka. Untuk Perilaku Keuangan Konsumen (*Consumer Financial Behavior*) itu sendiri merupakan sebuah ilmu yang meneliti bagaimana individu atau kelompok mengelola sumber daya keuangan mereka, membuat keputusan terkait pembelanjaan, tabungan, investasi, dan penggunaan produk serta layanan keuangan.

Dari pra survei yang telah dilakukan pada rentan waktu 1 Juli - 7 Juli 2024, melalui kuisisioner kepada 35 mahasiswa kewirausahaan angkatan 2020, berumur 21-24 tahun yang terdiri dari 9 orang laki laki dan 26 orang perempuan mengenai perilaku keuangan konsumen, didapatkan bahwa perilaku keuangan menurut mahasiswa adalah sebuah pengelolaan pendapatan, pengeluaran, dan tabungan yang digunakan pengguna. menurut mereka perilaku keuangan terdiri dari Perencanaan keuangan, penganggaran/pengalokasian pendapatan, Pengelolaan tabungan dan Pengelolaan utang mencakup pengambilan, pembayaran, dan pengurangan beban utang.

Hasil observasi pra survei menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa mengakui masih belum cukup bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka. Banyak dari mereka yang merasa kesulitan dalam mengatur pengeluaran, menabung, dan mengelola utang dengan baik oleh diri sendiri. Tantangan ini diperparah oleh kurangnya disiplin dalam menerapkan prinsip-prinsip keuangan yang sehat.

Responden merupakan mahasiswa kewirausahaan, yang mempelajari mata kuliah Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran Terpadu, tetapi dari hasil survei didapatkan bahwa banyak dari mahasiswa tersebut masih kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam hal pencatatan keuangan masuk dan keluar. Seharusnya mahasiswa sudah memiliki pemahaman yang baik tentang perilaku konsumen tetapi kenyataannya menunjukkan bahwa pengetahuan teoritis yang mereka peroleh belum sepenuhnya cukup diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pengelolaan keuangan. Sebagian besar mahasiswa ini mengakui bahwa mereka masih belum cukup bertanggung jawab dan belum mampu mengelola keuangan dengan baik.

Dalam konteks perilaku keuangan konsumen, menurut penelitian sebelumnya ada berbagai faktor yang mempengaruhi dan memiliki peran penting dalam membentuk kemampuan individu untuk mengelola keuangan dengan bijak. seperti 1). Edukasi Keuangan, yang dikemukakan oleh Huston (2010) melalui Financial Literacy Index, berperan signifikan dalam pengambilan keputusan keuangan. 2). Akses terhadap informasi akurat, sebagaimana diungkapkan oleh Hutchinson et al. (2021), juga meningkatkan kemampuan konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik. 3). pengembangan kebiasaan dan disiplin keuangan. Fernandes, Lynch, dan Netemeyer (2014) menemukan bahwa pendidikan keuangan tidak selalu berkontribusi secara langsung pada perilaku keuangan yang baik, tetapi pengembangan kebiasaan yang baik dan disiplin keuangan merupakan faktor yang lebih berpengaruh. dan terakhir 4) Teknologi dan Alat Bantu Keuangan: Penelitian oleh Gomber et al. (2017) dalam "*Digital Finance and Fintech: Current Research and Future Research Directions*" menunjukkan bahwa perkembangan teknologi keuangan (*Fintech payment*), termasuk penggunaan aplikasi pengelola keuangan, dapat membantu konsumen dalam melacak pengeluaran dan mengatur anggaran, sehingga mendukung perilaku keuangan yang lebih baik.

Dari keempat poin tersebut Teknologi dan Alat Bantu Keuangan (*fintech payment*), menjadi faktor yang sangat penting, dalam kajiannya tentang "Digital Finance and Fintech" Gomber et al. (2017) menekankan bahwa alat bantu keuangan (*fintech payment*) tidak hanya mempermudah konsumen dalam melacak pengeluaran dan mengatur anggaran, tetapi juga memberikan akses yang lebih mudah dan cepat terhadap layanan keuangan. Ini memungkinkan konsumen untuk lebih disiplin dan terkendali dalam pengelolaan keuangan mereka. Penelitian lain oleh Chen et al. (2019) memperkuat pandangan ini dengan menunjukkan bahwa alat pembayaran fintech, seperti aplikasi e-wallet dan layanan pembayaran digital lainnya, memberikan fleksibilitas dan kemudahan yang lebih besar bagi konsumen dalam mengelola transaksi keuangan sehari-hari

menurut hasil penelitian sebelumnya mengatakan bahwa jika konsumen tidak memiliki alat bantu fintech tetapi tetap menggunakan keuangan konvensional, para pengguna sering mengalami kesulitan dalam melacak pengeluaran dan pemasukan saat menggunakan uang tunai konvensional dibandingkan dengan metode pembayaran non-tunai, hal tersebut dapat mengarah pada perasaan kehilangan kontrol atas keuangan mereka (Raghubir & Srivastava, 2009). Sistem keuangan konvensional yang berbasis tunai cenderung kurang fleksibel dan lebih rentan terhadap pencurian atau kehilangan,

serta tidak memberikan fasilitas untuk transaksi yang efisien dan mudah dilacak seperti halnya metode pembayaran digital (Bennett, Rehman, & Braithwaite, 2016).

Berdasarkan pernyataan pernyataan diatas, maka hubungan perilaku keuangan konsumen dengan penggunaan *fintech payment* mempengaruhi bagaimana mereka membuat keputusan pembelian, merencanakan keuangan, dan mengelola sumber daya keuangan mereka. Studi oleh Kim, Park, dan Choi (2016) mengungkapkan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan *fintech payment* berpengaruh signifikan terhadap perilaku penggunaan jangka panjang. Ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan konsumen dengan *fintech payment* dapat membentuk kebiasaan keuangan baru dan dapat mempengaruhi stabilitas dan kesejahteraan keuangan mereka. Untuk itulah penelitian ini dilakukan tujuannya untuk mengkaji dan memastikan sejauh mana penggunaan *fintech payment* berhubungan secara signifikan dengan perilaku keuangan konsumen.

Pada riset yang disusun Google, Bain & Company, dan Temasek tercatat bahwa potensi Industri *Financial Technology (fintech payment)* pada tahun 2022 menyentuh US\$ 293,2 miliar, dan diperkirakan akan ini akan terus tumbuh hingga US\$760 miliar (Rp.12,5 kuadriliun) pada tahun 2030 nanti. Ini membuktikan kalau masyarakat kini cenderung tidak lagi mengandalkan uang tunai saat bertransaksi, banyak masyarakat beralih ke metode pembayaran nonfisik yang lebih praktis dan efisien, hampir semua segmen masyarakat, dari yang muda hingga dewasa, mengadopsi *fintech payment* sebagai alat pembayaran karena dianggap lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya.

Fintech Payment merupakan sebuah teknologi yang memfasilitasi pengguna untuk melakukan pembayaran melalui perangkat seluler, seperti ponsel, *Personal Digital Assistant* (PDA), dan perangkat lainnya (Dewan & Chen, 2015). Masyarakat sekarang banyak menggunakan *Fintech Payment* terutama terlihat pada generasi milenial yang tumbuh di era digital, di mana mereka memiliki pemahaman yang lebih dalam tentang teknologi berbasis media dan digital. Terlebih lagi, generasi milenial mendominasi pengguna internet di Indonesia.

Untuk indikator *Fintech Payment* sendiri menggunakan *Technology Accepted Models* (TAM), TAM merupakan salah satu model yang berpengaruh dari teori penalaran yang menjelaskan perilaku pengguna terkait dengan adopsi teknologi atau model penerimaan teknologi. Model TAM ini dikemukakan oleh Davis, Bagozzi dan Warshaw (1989), TAM adalah model penerimaan pengguna dan penggunaan teknologi yang cocok untuk diaplikasikan ke dalam *fintech payment*. Sedangkan untuk jenisnya *Fintech Payment* memiliki beberapa macam teknologi *fintech payment* yang sering masyarakat umum gunakan salah satunya *E-Money Payment, Debit / Credit Card Payment, Money Transfer Payment dan Pay Latter Payment* (Aftika, Hamif, & Devi, 2022).

Di Tasikmalaya, khususnya para mahasiswa sekarang yang telah banyak menggunakan *Fintech Payment* untuk melakukan pembayaran, mahasiswa dengan sangat mudah dapat membeli dan menerima pembayaran hanya menggunakan teknologi *fintech payment*, khususnya mahasiswa kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia kampus tasikmalaya yang bukan hanya menggunakan telah mempelajari lebih dalam baik teknologi *Fintech* maupun Perilaku Pengelolaan Keuangan Konsumen dalam mata kuliah "Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran Terpadu".

Dalam penelitian sejenis terdahulu yang dilakukan oleh Betharini dan Sungkono, (2023) menyimpulkan bahwa *fintech payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa UBP. Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa semakin meningkatnya

pembayaran *nontunai (Fintech Payment)* dikalangan mahasiswa sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa.

Dari Hasil penelitian sebelumnya mengindikasikan bahwa *fintech payment* dapat mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan konsumen. See-To dan Ngai (2019) mengetahui bahwa mekanisme pembayaran secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dan pola konsumsi. Maka dari itu penulis sebagai peneliti menindaklanjuti penelitian ini dan membuktikan jika terdapat hubungan antara *Fintech Payment* dengan Perilaku Pengelolaan Keuangan mahasiswa kewirausahaan UPI kampus Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran *fintech payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, terutama apakah penggunaan *fintech payment* membuat mereka lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan keuangan dibandingkan dengan metode konvensional. Fokusnya adalah untuk melihat apakah terjadi perubahan signifikan dalam perilaku keuangan mahasiswa setelah beralih dari keuangan konvensional ke digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong penggunaan *fintech payment* dalam aktivitas keuangan sehari-hari mahasiswa, metode penelitian akan digunakan bertujuan untuk memahami gambaran lebih mendalam tentang bagaimana aplikasi *fintech* mempengaruhi keputusan finansial konsumen dan apakah hal ini mengarah pada perubahan signifikan dalam perilaku keuangan mereka serta memberikan rekomendasi yang berguna bagi mereka untuk mengelola keuangan secara lebih efektif.

Metode Penelitian

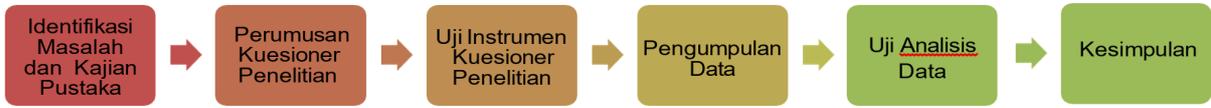
Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan pendekatan Deskriptif dan Verifikatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan memahami pola penggunaan *fintech payment* di mahasiswa kewirausahaan UPI, sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis dan mengukur pengaruh penggunaan *fintech payment* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan mahasiswa, sehingga memberikan gambaran yang komprehensif dan validasi yang kuat dalam penelitian. Dengan model yang akan dipakai adalah TAM yaitu model penerimaan pengguna dan penggunaan teknologi yang relevan digunakan untuk menentukan sikap dan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi secara *actual* (Davis et al., 1989).

Untuk menguji model empiris, peneliti menggunakan teknik *Simple Linear Regression Analysis* menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Data kuantitatif yang telah dikumpulkan menggunakan skala likert lima tingkat karena menggunakan skala likert lima tingkat dapat lebih mudah dipahami dan diisi oleh responden mahasiswa sehingga jawaban lebih terarah dan meminimalisir ketidaksiaran dalam mengisi. Dengan uji yang dilakukan antara lain, yaitu dengan uji validitas, uji realibilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik multikolineieritas, uji asumsi klasik heterokedastisitas, dan uji regresi sederhana.

Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa aktif kewirausahaan yang berjumlah 280, sampel yang akan diuji adalah sebanyak 165 mahasiswa aktif yang didapat dari hasil uji slovin ($n=N/(1+Ne^2)$). Kemudian sumber data yang digunakan berupa bentuk kuisisioner dimana dalam penelitian ini, peneliti melakukan pembagian kuisisioner secara *online* menggunakan platform *google form* yang operasionalisasi variabel dan kuisisionernya dapat ditemukan pada lampiran. Maka data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuisisioner yang telah disebar dan ditambah sumber lain dari buku literatur, jurnal atau artikel, dokumen hasil penelitian sebelumnya dan beberapa

Peran Penggunaan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya

gambar yang sesuai dengan fokus penulisan. Adapun tahapan penelitian ini tergambar pada gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Peneliti

Hasil dan Pembahasan

Uji Instrumen

Berdasarkan hasil dari jawaban kuesioner yang terdiri dari 6 Indikator variabel *independent* dan 6 Indikator variabel *dependent* dengan masing masing indikatornya memiliki 5 pertanyaan, didapatkan 30 responden untuk uji instrumen yang setelah dilakukan pengolahan data didapatkan bahwa semua responden memiliki Sig 2 Tailed lebih kecil dari 0,05 dan Pearson Corelationnya atau R-hitung lebih besar dari R-tabelnya yaitu 30 responden (0,349) yang artinya semua responden itu valid, sedangkan untuk reliabilitasnya dibuktikan bahwa nilai uji reliabel jika lebih dari 0,7 dari nilai cronbach's alphanya dan ketika diuji didapatkan nilai cronbach's alphanya variabel x senilai 0,934 dan variabel y 0,942 yang artinya semua variabel dari penelitian reliabel. Sehingga didapatkan bahwa dari hasil uji validitas dan reabilitas perilaku pengelolaan keuangan konsumen dan fintech payment valid dan reliabel.

		Correlations																																				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30							
1	Peran Cendekiawan	1																																				
2	Peran Cendekiawan	0,931	1																																			
3	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	1																																		
4	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	1																																	
5	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	1																																
6	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																															
7	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																														
8	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																													
9	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																												
10	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																											
11	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																										
12	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																									
13	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																								
14	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																							
15	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																						
16	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																					
17	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																				
18	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																			
19	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																		
20	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																	
21	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1																
22	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1															
23	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1														
24	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1													
25	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1												
26	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1										
27	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1								
28	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1							
29	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1						
30	Peran Cendekiawan	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	0,931	1					

Gambar 2. Uji Validitas variable X
Sumber: Data processed by researchers (2024)

Peran Penggunaan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil dari kuesioner, berikut adalah profil dari responden pada penelitian ini.

Profil Responden

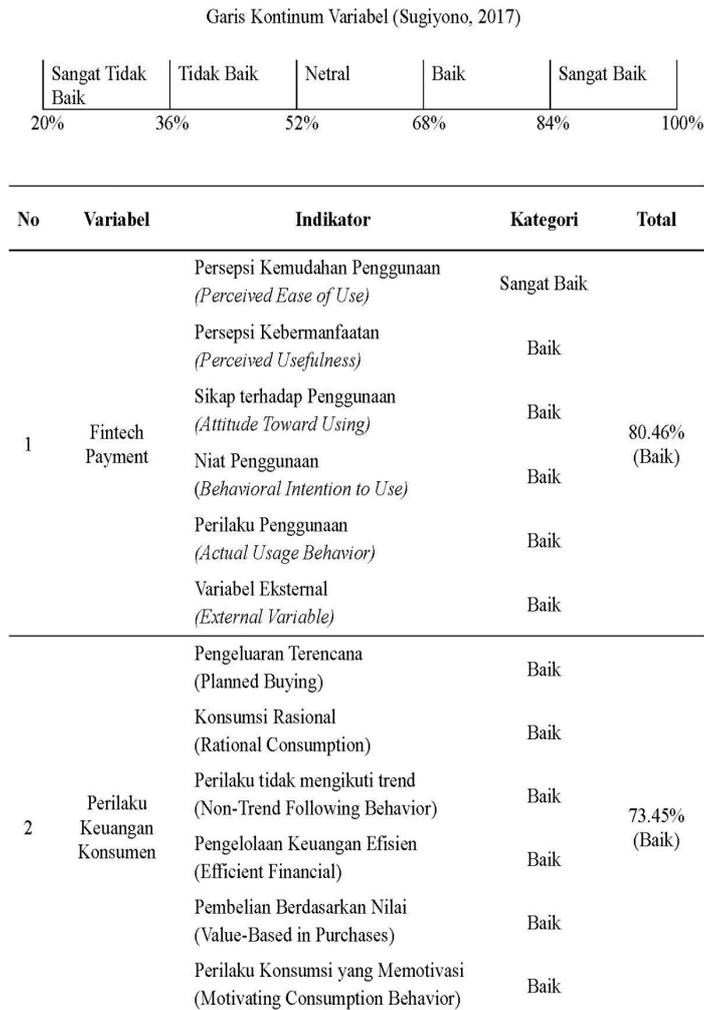
Profil	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki Laki	51	31.9%
	Perempuan	109	68.1%
Usia	18 tahun	1	0.6%
	19 tahun	22	13.8%
	20 tahun	32	20.0%
	21 tahun	48	30.0%
	22 tahun	42	26.3%
	23 tahun	15	9.4%

Gambar 6. Profil Responden

Sumber: Data processed by researchers (2024)

diketahui bahwa sebagian besar responden merupakan perempuan dengan persentase sebesar 68,1 persen atau 109 orang dan persentase responden laki-laki sebesar 31,9 persen atau 51 orang. Diketahui pula bahwa seluruh mahasiswa yang mengisi kuisisioner ini berada pada rentang usia 18-23 tahun dengan jumlah masiswa berumur 18 tahun sebesar 0,6 persen (1 orang), berumur 19 tahun sebesar 13,8 persen (22 orang), berumur 20 tahun sebesar 20 persen (32 orang), berumur 21 tahun sebesar 30 persen (48 orang), berumur 22 tahun sebesar 26,3 persen (42 orang), dan umur 23 tahun sebesar 9,4 persen (15 orang) . Dan diketahui bahwa mahasiswa yang mengisi kuisisioner berjumlah 165 orang.

Menentukan Garis kontinum variabel dapat dilakukan untuk mengukur dan menggambarkan penilaian atau sikap pada skala ordinal. Kategori ini memberikan gambaran tentang seberapa positif atau negatif opini responden dan membantu dalam analisis untuk memahami variabel dalam data. Maka semakin besar nilai derajat rata rata pada setiap variabel maka semakin positif atau rasa kepuasan atau evaluasi mereka terhadap suatu aspek semakin tinggi.



Gambar 7. Garis Kontinum Variabel
Sumber: Data processed by researchers (2024)

Dari semua responden penelitian didapatkan bahwa variabel *Fintech payment* memiliki rata rata skor sebesar 82,79 persen sedangkan pada variabel perilaku keuangan konsumen rata ratanya sebesar 72,88 persen. Yang artinya variabel *fintech payment* dan perilaku keuangan konsumen termasuk dalam kategori.

Peran Penggunaan *Fintech Payment* Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya

Profil Responden

Profil	Klasifikasi	Jumlah Responden	Persen (%)
Jenis Kelamin	Laki Laki	51	31.9%
	Perempuan	109	68.1%
Usia	18 tahun	1	0.6%
	19 tahun	22	13.8%
	20 tahun	32	20.0%
	21 tahun	48	30.0%
	22 tahun	42	26.3%
	23 tahun	15	9.4%

Gambar 8. Garis Kontinum Variabel

Sumber: Data processed by researchers (2024)

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dalam analisis regresi linier mencakup beberapa uji yang bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas model regresi yang digunakan. Dua uji penting dalam kategori ini adalah Uji Normalitas dan Uji Heteroskedastisitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		XTOT	YTOT	
N		160	160	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	124.4563	113.6125	
	Std. Deviation	12.24326	14.69608	
Most Extreme Differences	Absolute	.064	.067	
	Positive	.041	.037	
	Negative	-.064	-.067	
Test Statistic		.064	.067	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	.073	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.109	.073	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.101	.066
		Upper Bound	.117	.080

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Gambar 9. Uji Normalitas Data

Sumber: Data processed by researchers (2024)

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki variabel yang berdistribusi normal. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Jika hasil uji signifikansi memiliki nilai sebesar lebih dari 0,05 maka data yang diuji berdistribusi normal. Dan dari Hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan didapatkan bahwa nilai signifikansi X 0,200 dan nilai signifikansi Y adalah 0,10 yang artinya baik variabel X dan variabel Y pada penelitian ini berdistribusi normal.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.902	4.429		3.816	<.001		
	XTOT	-.068	.035	-.152	-1.931	.055	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 10. Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data processed by researchers (2024)

Uji Heterokedastisitas data dilakukan untuk mengetahui apakah penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas karena jika dalam coefficients signifikansinya lebih besar dari dari 0,05 maka penelitian ini terbebas dari gejala dan didapatkan bahwa hasil uji Heterokedastisitas penelitian ini adalah 0,41 lebih besar dari 0,05 yang artinya maka variabel penelitian terbebas dari gejala Heterokedastisitas

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.720	8.175		.577	.565
	XTOT	.875	.065	.729	13.384	<.001

a. Dependent Variable: YTOT

Gambar 11. Uji Regresi Linier Sederhana
 Sumber: Data processed by researchers (2024)

Digunakan model regresi linier sederhana untuk menentukan sejauh mana hubungan antara variabel independen (penggunaan *fintech payment*) dan variabel dependen (perilaku keuangan konsumen). Model ini membantu untuk memahami apakah peningkatan dalam penggunaan teknologi finansial ini dapat secara signifikan meningkatkan kualitas perilaku keuangan konsumen. Berdasarkan output SPSS yang terlampir, model persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,720 (\alpha) + 0,875 (X) + e$$

Dalam rangka memahami dampak penggunaan *fintech payment* terhadap perilaku keuangan konsumen, model regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis data yang tersedia. Model ini dirancang untuk mengevaluasi seberapa besar dampak *fintech payment* terhadap peningkatan kualitas perilaku keuangan konsumen. Berikut ini adalah interpretasi dari hasil model persamaan regresi yang dihasilkan:

- 1) Konstanta (α) = 4,720: Konstanta adalah nilai Y ketika X (variabel independen) adalah 0. Dalam konteks ini, jika penggunaan *fintech payment* tidak berubah (tetap), maka perilaku keuangan konsumen diperkirakan akan bernilai 4,720. Ini bisa dianggap sebagai nilai dasar perilaku keuangan konsumen tanpa pengaruh dari *fintech payment*.

- 2) Koefisien regresi (β) = 0,875: Koefisien regresi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam hal ini, koefisien sebesar 0,875 berarti bahwa setiap kali *fintech payment* meningkat satu satuan, perilaku keuangan konsumen diperkirakan akan meningkat sebesar 0,875 satuan. Koefisien ini positif, yang menunjukkan hubungan positif antara *fintech payment* dan perilaku keuangan konsumen - semakin tinggi penggunaan *fintech payment*, semakin baik perilaku keuangan konsumen.

Model ini menunjukkan bahwa *fintech payment* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku keuangan konsumen, di mana peningkatan dalam penggunaan *fintech payment* diharapkan dapat secara substansial meningkatkan kualitas perilaku keuangan konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa untuk setiap peningkatan satu satuan dalam penggunaan *fintech payment*, perilaku keuangan konsumen diprediksi akan meningkat sebesar 0,875 satuan, dengan konstanta sebesar 4,720 yang menggambarkan nilai dasar dari perilaku keuangan tanpa pengaruh *fintech payment*.

Secara statistik, koefisien regresi yang positif dan signifikan ini menegaskan adanya hubungan linear yang kuat antara variabel independen dan dependen. Ini berarti bahwa *fintech payment* tidak hanya berperan sebagai alat pembayaran, tetapi juga sebagai katalisator dalam pembentukan perilaku keuangan yang lebih baik. Penggunaan *fintech payment* yang lebih intensif tampaknya mampu mendorong konsumen untuk lebih bijaksana dan teratur dalam pengelolaan keuangan mereka, yang pada akhirnya berdampak positif pada kesejahteraan finansial mereka secara keseluruhan.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris yang mendukung hipotesis bahwa teknologi keuangan modern, khususnya *fintech payment*, dapat memainkan peran kunci dalam memperbaiki perilaku keuangan konsumen. Hasil ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan kebijakan yang mendorong adopsi lebih luas dari teknologi *fintech payment*, serta meningkatkan literasi keuangan masyarakat, yang pada gilirannya dapat memperkuat stabilitas dan kesejahteraan ekonomi secara lebih luas.

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan untuk menguji hubungan antara penggunaan *Fintech Payment* dan perilaku keuangan mahasiswa. Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan *Fintech Payment* terhadap variabel dependen, yaitu perilaku keuangan mahasiswa. Dengan menggunakan metode statistik seperti uji R dan uji T, penelitian ini dapat menentukan sejauh mana variabel independen (*Fintech Payment*) mampu menjelaskan variasi dalam perilaku keuangan mahasiswa serta apakah pengaruh tersebut bersifat signifikan.

Uji T / T-test (Uji Pengaruh Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.720	8.175		.577	.565
	XTOT	.875	.065	.729	13.384	<.001

a. Dependent Variable: YTOT

Gambar 12. Uji T (Uji Pengaruh Parsial)
Sumber: Data processed by researchers (2024)

Uji T dilakukan uji t digunakan untuk dapat mengetahui apakah pengaruh penggunaan *Fintech Payment* terhadap perilaku keuangan mahasiswa adalah signifikan. Jika p-value lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel (1,65443), maka kita menyimpulkan bahwa antara variabel berpengaruh signifikan dan ada bukti yang cukup bahwa pengaruh *Fintech Payment* terhadap perilaku keuangan mahasiswa bukanlah kebetulan. Sebaliknya, jika p-value lebih besar dari tingkat signifikansi, maka kita tidak memiliki cukup bukti sehingga penelitian yang kita lakukan dianggap tidak ada pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hal tersebut maka Uji T dapat mengetahui apakah penelitian ini berpengaruh signifikan atau tidak berpengaruh signifikan, dan didapatkan bahwa Koefisien untuk *Fintech Payment* sebesar 0.001. Karena nilai p kurang dari 0.05, maka koefisien ini signifikan secara statistik. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *Fintech Payment* secara signifikan mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa.

Uji R2 (Uji Koefisien Determinan)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.528	10.09273

a. Predictors: (Constant), XTOT

Gambar 13. Uji R (Uji Koefisien Determinan)
 Sumber: Data processed by researchers (2024)

Uji R2 digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi linier dapat menjelaskan variabilitas dari variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinan menunjukkan bahwa penggunaan *Fintech Payment* memiliki pengaruh sebesar 52,8 persen terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Ini berarti bahwa 52,8 persen variasi dalam perilaku keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan *Fintech Payment*. Sebaliknya, 47,2 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini seperti faktor sosial, ekonomi dan psikologis.

Artinya, *Fintech Payment* memiliki kontribusi terhadap perubahan perilaku keuangan mahasiswa menjadi lebih rasional dan bertanggung jawab, namun bukan satu-satunya faktor yang berperan disebabkan terdapat variabel lain yang salah satunya mencakup faktor sosial, ekonomi, psikologis, dan lain-lain.

Pengaruh sebesar 52,8 persen ini menunjukkan bahwa *Fintech Payment* memainkan peran yang signifikan namun dan dominan dalam mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Hal ini menandakan bahwa penggunaan *Fintech Payment* berkorelasi dengan perilaku keuangan seperti kecenderungan untuk melakukan Pengeluaran Terencana, Konsumsi Rasional, Perilaku tidak mengikuti trend, Pengelolaan Keuangan Efisien, Pembelian Berdasarkan Nilai, dan Perilaku Konsumsi yang Memotivasi.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *Fintech Payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian terdahulu dari Gomber et al. (2017) yang menunjukkan bahwa *fintech payment* dapat meningkatkan perilaku

keuangan konsumen melalui kemudahan dalam melacak pengeluaran dan mengatur anggaran dan Anggraeni et al. (2023) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial (*Fintech payment*) dapat mempengaruhi perilaku keuangan konsumen. Anggraeni et al. (2023) menambahkan bahwa perilaku keuangan konsumen, sangat dipengaruhi oleh penerimaan teknologi, yang sesuai dengan temuan penelitian ini.

Dalam hasil statistik deskriptif menunjukkan berbagai aspek yang penting terkait perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Pengelolaan keuangan konsumen melibatkan berbagai aspek yang saling terkait dan mencerminkan perilaku finansial yang efektif. Salah satu aspek utamanya adalah pengeluaran terencana dengan nilai 80% dan hasil kategori baik, di mana individu merencanakan pembelian mereka dengan hati-hati untuk menghindari pengeluaran impulsif. Penelitian oleh Lusardi dan Mitchell (2014) menunjukkan bahwa individu yang sukses secara finansial umumnya menunjukkan perencanaan yang matang dan kebiasaan pengeluaran yang disiplin, yang mendasari konsumsi rasional. Dalam konteks penelitian ini, konsumsi rasional mendapat nilai 76% dengan kategori baik, yang menunjukkan bahwa pengambilan keputusan mahasiswa dilakukan berdasarkan analisis logis dan informasi yang memadai. Hal ini selaras dengan teori Bounded Rationality yang diperbarui oleh Gigerenzer dan Selten (2001), yang menekankan bahwa individu berusaha membuat keputusan yang rasional meskipun dibatasi oleh informasi yang mereka miliki. Selain itu, perilaku keuangan yang sehat juga tercermin dalam pengelolaan keuangan yang efisien dan pembelian berbasis nilai, dengan masing-masing kategori baik (76% dan 72%). Penelitian oleh Shiller (2003) melalui konsep Behavioral Finance menjelaskan pentingnya penggunaan sumber daya secara optimal untuk memaksimalkan hasil dan meminimalkan pemborosan. Pengelolaan yang efisien ini sejalan dengan pendekatan pembelian berbasis nilai, di mana konsumen mengevaluasi keputusan pembelian mereka berdasarkan keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh. Lebih jauh, perilaku yang tidak mengikuti tren dengan nilai 78% kategori baik menunjukkan bahwa mahasiswa merasa tidak perlu melakukan pembelian konsumtif mengikuti tren. Penelitian oleh Zafar dan Sulaiman (2013) mengkritik perilaku konsumsi mencolok, di mana konsumen sering kali mengikuti tren untuk mendapatkan status sosial. Perilaku konsumsi yang memotivasi dengan nilai 72% kategori baik menunjukkan bahwa perilaku konsumen didorong oleh kebutuhan mendalam yang mempengaruhi keputusan keuangan, sebagaimana dijelaskan oleh Tay dan Diener (2011) dalam penelitian tentang well-being dan kebutuhan manusia, yang menunjukkan bahwa konsumsi sering kali dimotivasi oleh kebutuhan dari dasar hingga aktualisasi diri.

Maka dari itu penting untuk mahasiswa dapat memanfaatkan *Fintech Payment*, karena dengan hal tersebut mahasiswa akan dapat memiliki pengeluaran yang lebih terencana karena kemudahan dalam memantau dan mengelola keuangan. sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa teknologi keuangan dapat meningkatkan pengelolaan keuangan pribadi (Zhou, 2011). *fintech payment* juga dapat mendorong mahasiswa untuk berperilaku lebih rasional dalam konsumsi, di mana *fintech payment* dapat membuat konsumsi lebih selektif dan mempertimbangkan nilai produk atau layanan sebelum melakukan pembelian (Zsóka et al., 2013). Selain itu, *Fintech Payment* dapat membantu mahasiswa mengelola keuangan dengan lebih efisien karena pencatatan keuangan sudah dilakukan menggunakan sistem, sehingga kita tidak susah untuk melakukan pencatatan yang memungkinkan mahasiswa untuk mencapai tujuan keuangan dengan lebih efektif. Penggunaan teknologi ini juga memotivasi perilaku konsumsi yang

lebih bertanggung jawab, karena mahasiswa merasa didukung oleh kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan.

Dari sisi adopsi teknologi, penelitian ini menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatannya *Fintech Payment* adalah faktor penting yang mendorong mahasiswa untuk mengelola keuangan dengan baik, mendukung temuan yang diungkapkan dalam Technology Acceptance Model (Davis, 1989; Venkatesh & Bala, 2003) yang dimana TAM menekankan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan teknologi secara signifikan mempengaruhi adopsi dan penggunaan teknologi. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa *Fintech Payment* tidak hanya meningkatkan efisiensi pengelolaan keuangan mahasiswa tetapi juga membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Berdasarkan Hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti, maka penelitian ini mendukung hipotesis bahwa penggunaan *Fintech Payment* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa kewirausahaan di Kampus UPI Tasikmalaya. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *fintech payment* dapat meningkatkan perilaku keuangan konsumen. Temuan ini memperkuat argumen bahwa penerimaan teknologi memiliki dampak penting dalam pembentukan perilaku keuangan, terutama di kalangan mahasiswa yang memiliki akses tinggi terhadap teknologi.

Pentingnya pengelolaan keuangan bagi mahasiswa prodi kewirausahaan tidak bisa diabaikan. Sebagai calon wirausaha, kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi merupakan dasar yang akan mempengaruhi bagaimana mereka akan mengelola keuangan bisnis mereka di masa depan. Lusardi dan Mitchell (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan yang kuat sangat penting untuk pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik dalam kehidupan pribadi dan bisnis. Ketidakmampuan dalam mengatur keuangan pribadi dapat menjadi indikasi kesulitan yang mungkin akan dihadapi dalam mengelola keuangan bisnis, yang pada akhirnya dapat berdampak pada keberhasilan atau kegagalan usaha mereka. Penggunaan teknologi keuangan seperti *Fintech Payment* membantu mahasiswa ini dalam mengasah kemampuan manajemen keuangan yang lebih baik, yang bagus untuk kesuksesan mereka sebagai wirausaha.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menegaskan temuan-temuan sebelumnya, tetapi juga memberikan kontribusi tambahan dengan menunjukkan bagaimana *Fintech Payment* berpengaruh baik dan dapat mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa di lingkungan kampus. Temuan ini juga relevan dalam konteks upaya peningkatan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa.

Kesimpulan

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh penggunaan *fintech payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *fintech payment* secara signifikan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa di Program Studi Kewirausahaan UPI Kampus Tasikmalaya. Mahasiswa yang menggunakan *fintech payment* menunjukkan pola pengelolaan keuangan yang lebih terencana, bertanggung jawab, dan rasional. Dalam hasil penelitian Mahasiswa menunjukkan pengelolaan keuangan yang cukup baik dalam beberapa aspek, seperti pengeluaran terencana (80%), konsumsi rasional (76%), perilaku tidak mengikuti tren (78%), dan pengelolaan keuangan efisien (76%) yang baik. Untuk mempertahankan ini, mahasiswa perlu memperluas wawasan tentang perilaku konsumen.

dengan mempraktekannya langsung dalam kehidupan sehari-hari dan dari pihak lembaga pendidikan perlu terus menyediakan pelatihan terkait perilaku keuangan konsumen, sementara penyedia *fintech payment* harus memperbarui fitur literasi yang mendukung manajemen keuangan yang baik. Dan dari penelitian ini, dapat digambarkan bahwa *fintech payment* berkontribusi pada peningkatan perilaku keuangan mahasiswa. Selain itu, penyedia layanan *fintech payment* juga dapat berperan dalam peningkatan perilaku keuangan mahasiswa dengan cara mengembangkan fitur pembelajaran dalam aplikasi *fintech payment* mereka, yang membantu mahasiswa dalam merencanakan dan mengelola pengeluaran secara lebih efektif yang pada akhirnya akan memberikan dampak positif pada masa depan mereka sebagai wirausahawan.

Tetap penting bagi institusi pendidikan terutama program studi kewirausahaan untuk selalu mengintegrasikan program literasi keuangan yang komprehensif, sehingga tidak terjadi ketergantungan untuk memakai sarana *fintech payment*. Program tersebut sebaiknya memberikan pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan dan strategi pengelolaan keuangan, agar mahasiswa dapat membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana. Penelitian lebih lanjut juga dianjurkan untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang mungkin mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan mahasiswa dan untuk memahami dampak jangka panjang dari penggunaan *fintech payment*. Studi-studi ini dapat memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana *fintech payment* mempengaruhi berbagai aspek perilaku keuangan dan membantu merancang strategi yang lebih efektif untuk pengelolaan keuangan di masa depan.

BIBLIOGRAFI

- Anggraeni, I. S. K., Sumarmawati, E. D., & Fardani, F. F. (2023). Pengaruh penggunaan aplikasi fintech pada perilaku keuangan perempuan pemilik UMKM di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Prima*, 4(2), 146-166.
- Aftika, S., Hanif, H., & Devi, Y. (2022). Pengaruh penggunaan sistem pembayaran Shopeepaylater "Bayar Nanti" terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Raden Intan Lampung dalam perspektif bisnis syariah. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 81-100.
- Bennett, S., Rehman, S. S., & Braithwaite, J. (2016). The need for a big data strategy in evidence-based policy making. *Health Research Policy and Systems*, 14(1), 51.
- Betharini, N., & Sungkono, S. (2023). Penggunaan fintech payment terhadap perilaku konsumsi mahasiswa di kalangan mahasiswa UBP. *Jurnal Economina*, 2(6), 1416-1429.
- Chen, H., Zhao, F., Yu, L., & Zhou, L. (2019). Predicting Chinese stock market trends using machine learning. *Financial Innovation*, 5(1), 22.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Dewan, S., & Chen, L. D. (2015). Mobile payment adoption in the US: A cross-country study of consumer behavior. *International Journal of Information Management*, 35(2), 177-187.
- Fernandes, D., Lynch Jr, J. G., & Netemeyer, R. G. (2014). Financial literacy, financial education, and downstream financial behaviors. *Management Science*, 60(8), 1861-1883.

- Gigerenzer, G., & Selten, R. (2001). *Bounded rationality: The adaptive toolbox*. MIT Press.
- Gomber, P., Koch, J.-A., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537-580.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316.
- Hutchinson, J. W., Alba, J. W., & Eisenstein, E. M. (2010). Heuristics and biases in data-based decision making: Effects of experience, training, and graphical data displays. *Journal of Marketing Research*, 47(4), 627-642.
- Kim, Y., Park, S., & Choi, M. (2016). The role of trust in financial consumer behavior. *Journal of Business Research*, 69(7), 2897-2904.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). Financial literacy around the world: An overview of the evidence with practical suggestions for the way forward. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 497-508.
- Raghubir, P., & Srivastava, J. (2009). The denomination effect. *Journal of Consumer Research*, 36(4), 701-713.
- See-To, E. W., & Ngai, E. W. (2019). An empirical study of payment technologies, the psychology of consumption, and spending behavior in a retailing context. *Information & Management*, 56(3), 329-342.
- Solomon, M. (2020). Consumer Behavior Buying, Having, and Being. In Pearson (Issue April).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2015). *Consumer Behavior*. Pearson.
- Tay, L., & Diener, E. (2011). Needs and subjective well-being around the world. *Journal of personality and social psychology*, 101(2), 354.
- Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. WW Norton & Company.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Zsóka, Á., Szerényi, Z. M., Széchy, A., & Kocsis, T. (2013). Greening due to environmental education? Environmental knowledge, attitudes, consumer behavior, and everyday pro-environmental activities of Hungarian high school and university students. *Journal of Cleaner Production*, 48, 126-138.

Copyright holder:

Arief Rizqi, Krisna Sujaya, Azizah Fauziyah (2024)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

