

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN
DAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN PALOPO
YANG DIMODERASI *LOCUS OF CONTROL***

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh
MUTMAINNAH
2104020003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN
DAN PENGGUNAAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEBI UIN PALOPO
YANG DIMODERASI *LOCUS OF CONTROL***

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

MUTMAINNAH

2104020003

Pembimbing:

Umar, S.E., M.SE.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mutmainnah
NIM : 21 0402 0003
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab peneliti.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

opo, 10 Juli 2025
ng membuat pernyataan

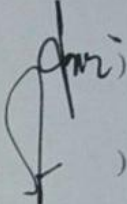
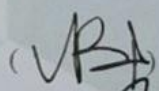
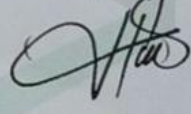

Mutmainnah
NIM. 21 0402 0003

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang Dimoderasi *Locus of Control* yang ditulis oleh Mutmainnah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020003, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 30 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 05 Shafar 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 1 September 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. Penguji I | | () |
| 4. Arsyad L, S.Si., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Umar, S.E., M.SE. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Senawan, S.E., M.M.
NIP. 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dimoderasi *Locus of Control*” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan.

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta Ayahanda Tareke dan Ibunda Mahirah yang senantiasa memanjatkan doa untuk keselamatan dan kesuksesan dunia dan akhirat untuk putrinya, memberi cinta, kasih sayang serta dukungan dengan keadaan apapun selama ini. Semoga Allah SWT. memberikan pahala yang berlipat ganda serta melimpahkan rahmatnya kepada mereka, Aamiin. Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H., M.K.M selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.H., I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Iestari, M.si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. M. Ikhsan Purnama, S.E.Sy., M.E. selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah. beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Umar, S.E., M.SE. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan masukan serta mengarahkan penulis dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Prof. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M. selaku penguji utama dan Arsyad L, S.Si., M.Si. selaku penguji 2 terimakasih atas segala saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada saudara dan saudari kandung penulis yakni Nurul Amalia, Muhammad Taufiq, Zainab, Suhaelah, Muhammad Yusuf Amin dan Hafidzah Salsabila. ucapan terimakasih yang mendalam karena telah memberikan dukungan kepada penulis dalam segala hal.

7. Kepada 3 serangkai KSEI SEA UIN Palopo masa amanah 2022-2023, Irfan sanjaya dan Fadilah Faizah yang menjadi seperjuangan dan memberikan pengalamann yang luar biasa dalam 1 tahun masa amanah kepengurusan.
8. Kepada keluarga besar KSEI SEA UIN Palopo, yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan dan memberikan banyak pengalaman yang berharga yang terbalut dalam ukhwah, dakwah dan ilmiah. Tempat yang mewahadi penulis dalam menambah ilmu dan pengalaman luar biasa, sehingga dapat menjadi bekal bagi penulis.
9. Kepada sahabat-sahabat penulis Andi Aisyah, Maemuna Mutakabbir Rajab Binti Jamaluddin dan Azizah Zalsabila, penulis ucapkan banyak terimakasih karena telah bersedia menjadi pendengar keluh kesah penulis selama ini.
10. Kepada teman-teman penulis Asrianty, Kamran, S.E., Bella Fadilah, S.E. dan Prety Anastasya Sudirman, S.E. terimakasih telah menjadi teman seperjuangan dalam menempuh pendidikan sarjana ini. Dan terkhusus kepada Nuraeni N., S.E. terimakasih yang mendalam penulis ucapkan karena telah menjadi pendorong dan penolong bagi penyelesaian skripsi ini.
11. Kepada teman-teman seperjuang perbankan syariah kelas A angkatan 2021, terimakasih telah menjadi teman seperjuangan yang solid.
12. Kepada teman-teman posko 8 desa Nikkel. Para penghuni vila F.359 terimakasih telah memberikan pengalaman singkat namun bermakna kepada penulis.

Palopo, 10 Juli 2025
Penulis

Mutmiannah
NIM. 21 0402 0003

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	a	a
إ	<i>kasrah</i>	i	i
أ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَـ	<i>fathah dan yā’</i>	ai	a dan i
أَوْ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauḷa*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ ... اِ ... اِوْ 	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	a	a dan garis di atas
يِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	i	i dan garis di atas
وْ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	u	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā'marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'marbūtah* ada dua, yaitu: *tā'marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūtah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْقَالِ : *rauḍah al-aṭ fāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعِمْ	: <i>nu'ima</i>
عُدُّوْ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah (al-zalzalah)*

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْعُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai’un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba’in al-Nawāwī

Risālah fī Ri’āyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللهِ dīnullāh billāh

Adapun *tā’ marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ hum fī raḥmatillāh

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tmpat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur'ān

Naẓīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naẓr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naẓr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naẓr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naẓr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

AS = 'Alaihi Al-salām

Fintech = Financial technology

HR = Hadis Riwayat

KBBI = Kamus Besar Bahasa Indonesia

OJK = Otoritas Jasa Keuangan

QS .../:...: = QS Al-Baqarah ayat : 275

SAW. = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

SNLKI = Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia

SWT = Subhanahu wa ta'ala

TPB = *Theory of Planned Behavior*

UMKM = Usaha Mikro Kecil Dan Menengah



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PRAKATA.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR AYAT.....	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	14
B. Landasan Teori	17
1. Perilaku Konsumen.....	17
2. Teori Perilaku konsumtif	17
3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	23
4. Teori Literasi Keuangan	24
5. Teori Inklusi Keuangan	27
6. <i>Teori Financial Technolgy (Fintech)</i>	30
7. <i>Teori Locus of control</i>	34
C. Kerangka Pikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40

A. Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu penelitian	40
C. Defenisi operasional	40
D. Populasi Dan Sampel.....	45
E. Teknik Pengumpulan Data	48
F. Instrument Penelitian.....	48
G. Uji Validitas Dan Reabilitas	49
H. Teknik Analisis Data	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Hasil Penelitian.....	55
1. Gambaran Umum Lokasi penelitan	55
2. Deskripsi Data Responden.....	57
3. Hasil Analisis data	62
4. Uji Hipotesis	68
B. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran	115
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan 1 QS. Al-A'raf ayat 31	19
--------------------------------------	----

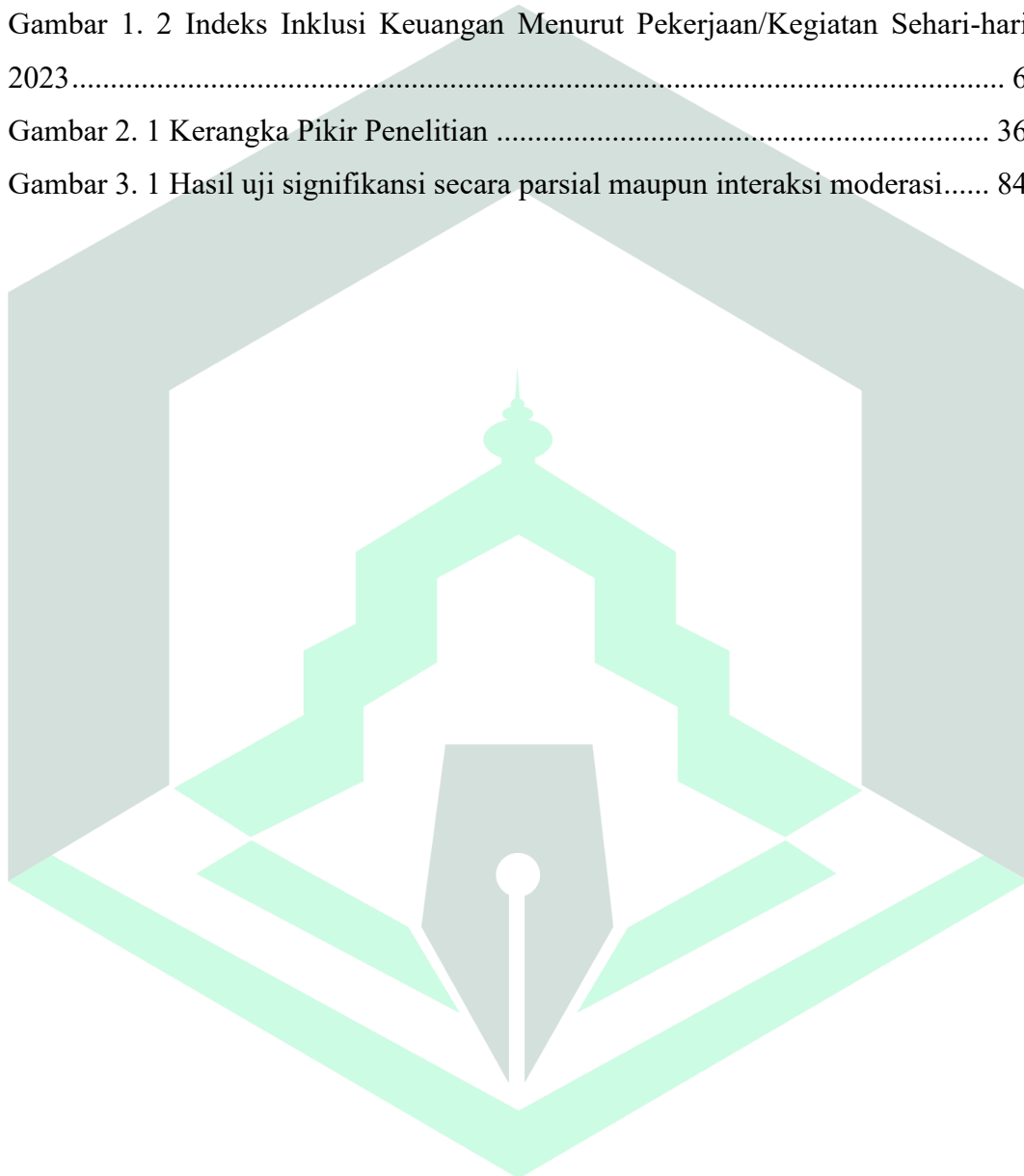


DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Defenisi Operasional.....	40
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	49
Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu yang relevan	14
Tabel 4. 1 kriteria responden berdasarkan jenis kelamin	57
Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia	58
Tabel 4. 3 responden berdasarkan program studi.....	59
Tabel 4. 4 Responden berdasarkan pendapatan	60
Tabel 4. 6 responden berdasarkan sumber pendapatan.....	61
Tabel 4. 7 Hasil uji validitas data.....	62
Tabel 4. 8 Hasil uji realibilitas	64
Tabel 4. 9 Hasil uji deskriptif.....	64
Tabel 4. 10 Hasil uji normalitas	66
Tabel 4. 11 Hasil uji multikolinearitas	66
Tabel 4. 12 Hasil uji heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 13 Hasil uji Parsial	68
Tabel 4. 14 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	69
Tabel 4. 15 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	71
Tabel 4. 16 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	73
Tabel 4. 17 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	75
Tabel 4. 18 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	77
Tabel 4. 19 uji interaksi <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	79
Tabel 4. 20 hasil uji Determinasi (R ²)	81

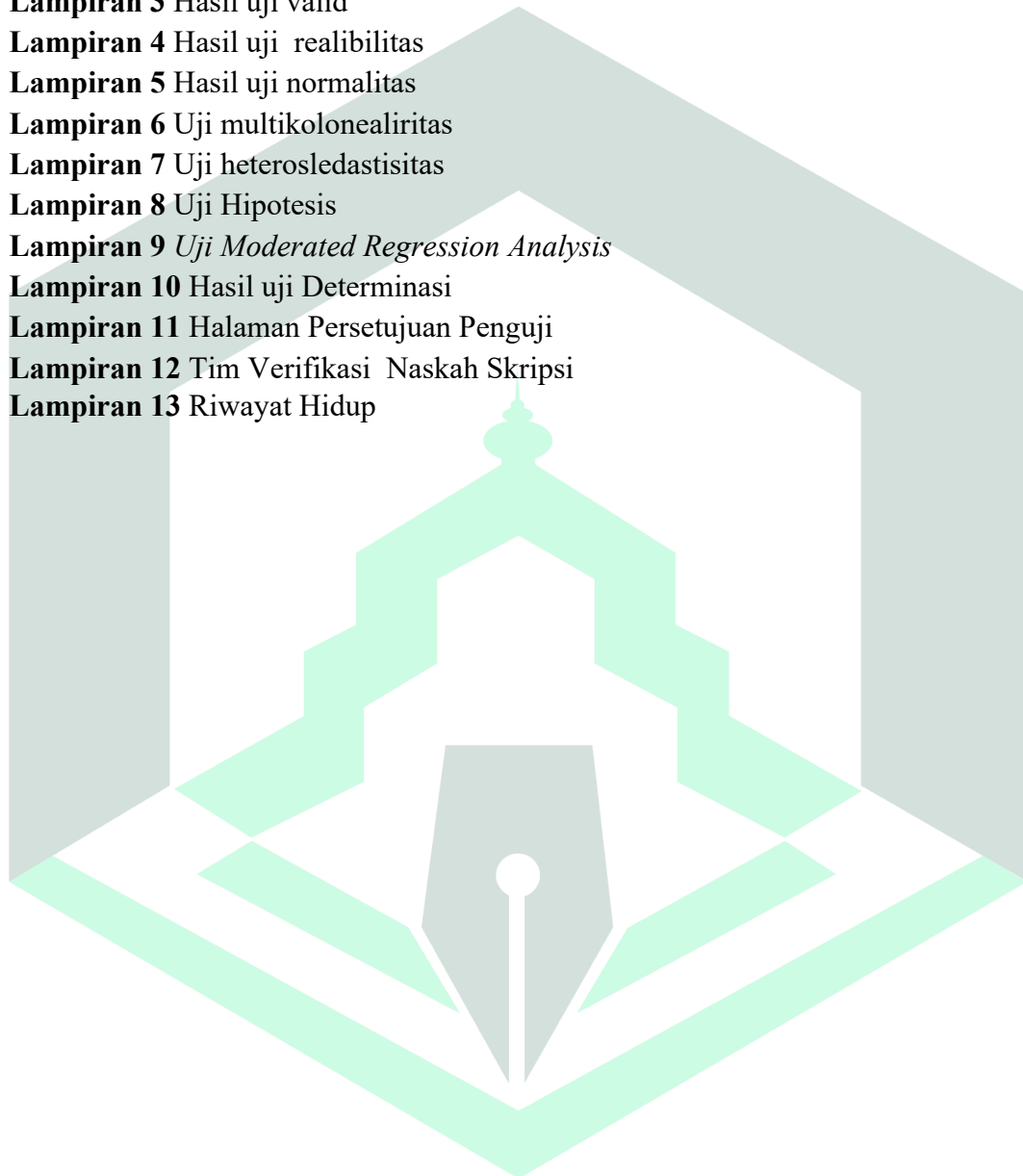
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Pekerjaan/Kegiatan Sehari-hari 2023.....	4
Gambar 1. 2 Indeks Inklusi Keuangan Menurut Pekerjaan/Kegiatan Sehari-hari 2023.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian	36
Gambar 3. 1 Hasil uji signifikansi secara parsial maupun interaksi moderasi.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Daftar Pertanyaan Koesioner
- Lampiran 2** Tabulasi Data
- Lampiran 3** Hasil uji valid
- Lampiran 4** Hasil uji realibilitas
- Lampiran 5** Hasil uji normalitas
- Lampiran 6** Uji multikolonealiritas
- Lampiran 7** Uji heterosledastisitas
- Lampiran 8** Uji Hipotesis
- Lampiran 9** *Uji Moderated Regression Analysis*
- Lampiran 10** Hasil uji Determinasi
- Lampiran 11** Halaman Persetujuan Penguji
- Lampiran 12** Tim Verifikasi Naskah Skripsi
- Lampiran 13** Riwayat Hidup



ABSTRAK

Mutmainnah, 2025 “*Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dimoderasi Locus of control*” Skripsi Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Umar.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan penggunaan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo yang dimoderasi *locus of control*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo. Untuk menganalisis peran *locus of control* internal dan eksternal dalam memoderasi antara literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FEBI UIN Palopo angkatan 2021. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 74 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan *google form*, sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti peningkatan literasi keuangan tidak serta merta menekan konsumsi berlebihan. Sebaliknya, inklusi keuangan (X2) dan penggunaan *financial technology* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang mengindikasikan bahwa kemudahan akses ke layanan keuangan dan penggunaan teknologi finansial justru dapat mendorong perilaku konsumtif. Sementara itu, variabel *locus of control* (baik internal maupun eksternal) tidak mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Namun, *locus of control* eksternal memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menyoroti bahwa akses terhadap layanan keuangan formal dan digital lebih menentukan perilaku konsumtif dibandingkan aspek kognitif atau kendali pribadi.

Kata Kunci: *Financial Technology*, Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, *Locus of control*, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Mutmainnah, 2025 *"The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion and the Use of Financial Technology on the Consumptive Behavior of FEBI UIN Palopo Students moderated by Locus of control"*
Thesis of Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University Palopo.
Survived by Umar.

This thesis discusses the influence of financial literacy, financial inclusion and the use of financial technology on the consumptive behavior of FEBI UIN Palopo students moderated by locus of control. This study aims to analyze the influence of financial literacy, financial inclusion and financial technology on the consumptive behavior of FEBI UIN Palopo students. To analyze the role of internal and external locus of control in moderating financial literacy, financial inclusion and financial technology on the consumptive behavior of FEBI UIN Palopo students.

This type of research is descriptive research with a quantitative approach. The population in this study is all FEBI UIN Palopo students of the 2021 batch. Sampling was carried out using purposive sampling techniques with a total of 74 students. Data collection was carried out through the distribution of online questionnaires using google forms, while the data analysis technique used multiple linear regression and the Moderated Regression Analysis (MRA) test.

The results showed that financial literacy (X1) did not have a significant effect on consumptive behavior, which means that increasing financial literacy does not necessarily suppress excessive consumption. On the other hand, financial inclusion (X2) and the use of financial technology (X3) have a positive and significant effect on student consumptive behavior, which indicates that easy access to financial services and the use of financial technology can actually encourage consumptive behavior. Meanwhile, the locus of control variables (both internal and external) were unable to moderate the relationship between financial literacy, financial inclusion, and financial technology to consumptive behavior. However, the external locus of control has a significant direct influence on consumptive behavior. These findings highlight that access to formal and digital financial services determines consumptive behavior more than cognitive aspects or personal control.

Keywords: Financial Technology, Financial Inclusion, Financial Literacy, Locus of Control, Consumptive Behavior

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku konsumtif di Indonesia semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan. Masyarakat cenderung membelanjakan uang tanpa pertimbangan matang, sering kali untuk barang yang tidak penting, yang mengarah pada perilaku boros dan *hedonisme*. Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau kemampuan finansial. Fenomena ini sering dipicu oleh faktor internal seperti motivasi pribadi, kepribadian, harga diri, proses belajar, dan gaya hidup, serta faktor eksternal seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, dan pengaruh keluarga.¹

Perilaku konsumsi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia modern, yang tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi sarana pemenuhan keinginan, pencitraan sosial, dan gaya hidup. Saat ini, perilaku konsumsi mengalami pergeseran dari yang bersifat rasional menuju konsumsi emosional dan simbolik.² Fenomena ini dapat dilihat dari semakin

¹ Jefri Putri Nugraha et al., Teori Perilaku Perilaku Konsumen (Pekalongan: PT.Nasya Expanding Manajemen, 2021).

² Kurnia Tunjung Hetty, Perilaku konsumen berkelanjutan, Proceedings of the National Academy of Sciences, pertama, vol. 3 (Penerbit takaza innovatix labs, 2025), <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>

tingginya daya beli masyarakat terhadap barang-barang yang bukan prioritas kebutuhan. Menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) oleh BPS 2023, terdapat tren peningkatan pengeluaran rumah tangga pada sektor non-pokok seperti pakaian, hiburan, dan gaya hidup, terutama di kalangan usia produktif. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial turut memperkuat budaya konsumtif, di mana masyarakat, khususnya generasi muda, lebih mudah terpapar promosi, diskon, dan gaya hidup selebriti daring. Hal ini mendorong pola konsumsi yang tidak lagi mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan finansial, melainkan lebih pada dorongan emosional dan eksistensi sosial.

Perkembangan teknologi terutama dalam transaksi pembayaran telah mengalami transformasi signifikan dari metode tunai menjadi non-tunai, yang dikenal sebagai transaksi *cashless*. Peralihan ini merupakan bagian dari fenomena globalisasi yang mempermudah transaksi jual beli secara online, sehingga mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat.³ Orang-orang membeli barang atau memakai jasa bukan untuk kebutuhan tetapi untuk memuaskan keinginan, sedangkan keinginan tersebut tidak akan pernah terpuaskan.

³ Imelda Putri Hartono, Helen Dewi Herdiana, dan Lila Aisyah, "Perkembangan Teknologi Modern Menjadi Awal Sifat Budaya Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2022 di Universitas Jember," *Innovative: Journal of Science Research* 4 (2024): 6248–59.

Konsumsi di dalam masyarakat kapitalisme global tidak sekedar sarana pemenuhan nilai kegunaan dalam pengertian sempit, akan tetapi merupakan cara membangun nilai-nilai simbolik. Konsumsi kini membentuk gaya hidup konsumtif yang ditopang oleh proses penciptaan diferensiasi secara *continue* melalui mekanisme tanda, citra, dan makna-makna simbolik.⁴

Fenomena perilaku konsumtif banyak dijumpai pada mahasiswa sebab mahasiswa merupakan periode remaja menuju kedewasan dimana kondisi situasi ini masih tahap naik turun dalam mengendalikan diri salah satunya dalam mengatur pola konsumsi, mahasiswa cenderung mengkonsumsi suatu barang melebihi batas wilayah kebutuhan untuk memenuhi keinginan, ketika trend atau gaya baru tersebut bergeser akan terus mengikuti gaya yang ada.⁵ Perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa menjadi perhatian utama dalam studi perilaku konsumen. Mahasiswa seringkali membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan untuk memenuhi keinginan atau mengikuti tren, yang dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan. Faktor-faktor seperti gaya hidup, pengaruh teman sebaya, dan iklan berperan signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif ini. Misalnya, mahasiswa cenderung membeli produk karena iming-iming hadiah, kemasan menarik, atau untuk menjaga penampilan diri dan gengsi.

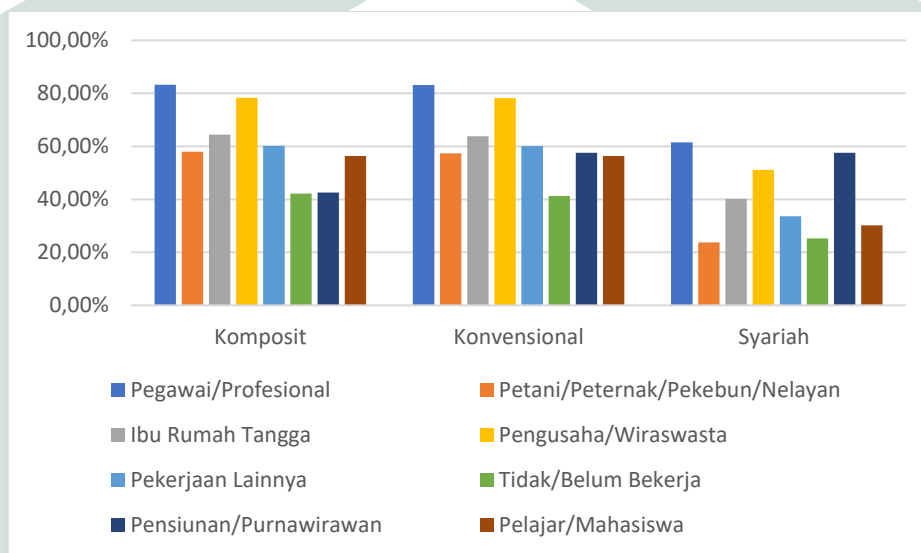
Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif. Bagi mahasiswa, literasi keuangan yang

⁴ Rahmi Rachel dan Rakhmadsyah Putra Rangkuty, "Konsumerisme Dan Gaya Hidup Perempuan Di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan Fisip Unimal," *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 1, no. 1 (2020): 97, <https://doi.org/10.29103/jspm.v1i1.3094>.

⁵ Hartono, Herdiana, dan Aisyah, "Perkembangan Teknologi Modern Menjadi Awal Sifat Budaya Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2022 di Universitas Jember."

baik sangat penting untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menerbitkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) yang diharapkan dapat menjadi pedoman bagi sektor jasa keuangan dalam melaksanakan program-program literasi keuangan ke dalam satu wadah yang bersifat nasional, komprehensif, dan terukur.⁶

Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Pekerjaan/Kegiatan Sehari-hari 2023



Sumber: diolah dari data SNLIK OJK 2024

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa berada dikategori komposit sebesar 56,42% yang tergolong sedang dibandingkan kelompok lain. Angka ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pemahaman dasar tentang literasi keuangan namun masih jauh dari optimal. Masih perlu pemahaman mendalam mengenai literasi keuangan dikalangan mahasiswa di Indonesia. Literasi keuangan yang baik diyakini dapat membantu mahasiswa dalam

⁶ Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2024, 2024.

membuat keputusan finansial yang lebih bijaksana, sehingga berpotensi mengurangi perilaku konsumtif yang berlebihan.

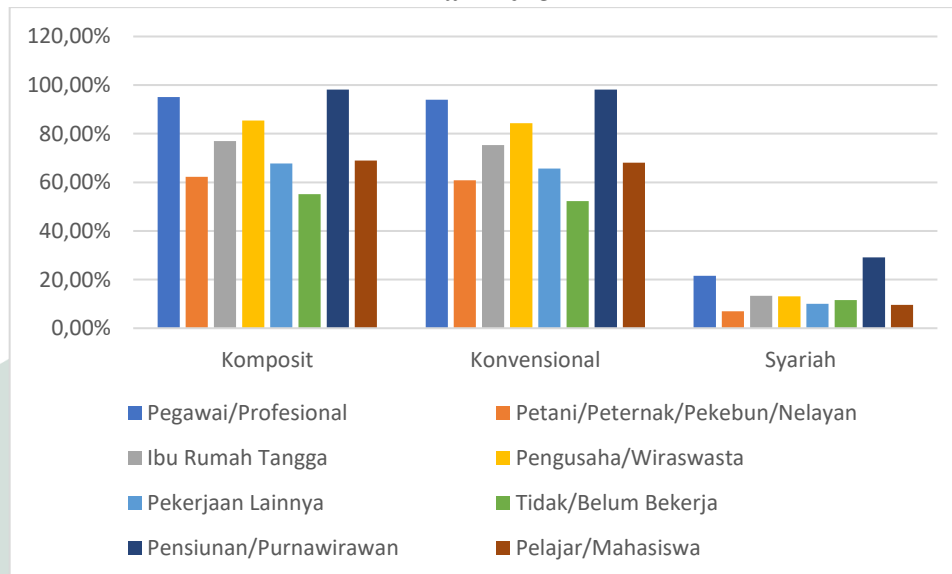
Beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Misalnya penelitian oleh Marcellia dan Hwihanus menemukan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijaksana dalam mengelola keuangan dan mampu menahan godaan diskon serta promo saat berbelanja online.⁷ Namun, tidak semua penelitian menemukan hubungan yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Penelitian oleh Sri Deviyanti menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA di Makassar.⁸

Inklusi keuangan merupakan upaya untuk memastikan bahwa setiap individu memiliki akses yang memadai terhadap layanan keuangan formal, seperti perbankan, asuransi, dan investasi. Bagi mahasiswa, akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Berdasarkan data SNLIK OJK 2024 menunjukan bahwa tingkat inklusi mahasiswa berada dikategori komposit sebesar 69%. Akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan formal dapat mempermudah mahasiswa dalam melakukan transaksi, yang meskipun meningkatkan kemudahan, juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

⁷ Sihar Tambun, Agus Soetiuono, dan Riris Rotua Sitorus, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Self Control Sebagai Pemoderasi,” *Journal Akuntansi Manajerial* 8, no. 2 (2023): 20–33.

⁸ Sri Deviyanti, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar’, 2020, P. 10. Sri Deviyanti, “pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif peserta didik kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar,” 2020, 10.

Gambar 1. 2 Indeks Inklusi Keuangan Menurut Pekerjaan/Kegiatan Sehari-hari 2023



Sumber: Diolah dari data SNLIK OJK 2024

Penelitian oleh Musliyanti *et al.* menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa, yang dapat mengindikasikan pengelolaan keuangan yang lebih baik.⁹ Namun, akses yang lebih mudah ke layanan keuangan juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Penelitian oleh A'yunina menemukan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, sementara literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan.¹⁰

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pola perilaku keuangan

⁹ Vira Meydi Musliyanti M, Rezki Arianty Akob, dan Chaerunnisa Rumianti, "Pengaruh Menabung Pendapatan dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku menabung (studi kasus mahasiswa STIEM Bongaya)," 2023, 149–58.

¹⁰ Putri Hayati A'yunina, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Ntt Di Surakarta," *Skripsi* (2023).

individu. Ketersediaan layanan dan produk online, seperti transportasi, belanja, hingga pemesanan makanan, telah memicu perubahan sistem pembayaran yang semakin digital.¹¹ Sistem transaksi ini lebih di kenal dengan *financial technology* atau *fintech*. Kehadiran *fintech* memberikan kemudahan. Digitalisasi alat pembayaran secara elektronik menjadi sebuah kecanggihan *financial technology*. Fitur yang ditawarkan dari aplikasi *Fintech* rata-rata melayani transfer, pembayaran tagihan, pinjaman, pembandingan produk keuangan, investasi dan rencana keuangan.¹² Penggunaan layanan *fintech* yang semakin mudah dan praktis, seperti *e-wallet* dan *paylater*, memungkinkan mahasiswa untuk melakukan transaksi tanpa harus mempertimbangkan dampak finansial secara langsung, sehingga berisiko mendorong perilaku konsumtif.

Penelitian oleh Muang, Setiawan, dan Masati menunjukkan bahwa kemudahan dan teknologi dalam manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management*) secara signifikan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen di Palopo.¹³ Temuan ini memperkuat pandangan bahwa aspek kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan oleh teknologi, seperti *financial technology (fintech)*, tidak hanya menciptakan efisiensi dalam transaksi tetapi juga berpotensi mendorong kepuasan pengguna yang berujung pada tingginya intensitas konsumsi. Mahasiswa, sebagai pengguna aktif layanan *fintech* seperti *e-wallet* dan

¹¹ Rafika Akib, Jumawan Jasman, dan asriany, "Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dimoderasi Dengan Locul of Control," *SEIKO: Journal of Management & Business* 1, no. 6 (2022): 558–72.

¹² Hariyani Reni, "Pengaruh *Financial technology*, *Locus of control*, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa," *jurnal perspetif* 22, no. 1 (2024): 16–21, <https://doi.org/10.31294/jp.v22i1.20297>.

¹³ muh. sadri kahar Muang, edi indra Setiawan, dan rikal fajar Masati, "Customer Loyalty: Improve Customer Relationship Management That Impact The Customer Satisfaction," *Al-Amwal: Journal of islamic economic law* 5, no. 1 (2020): 59–71.

paylater, cenderung lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan mendalam, karena mereka merasakan pengalaman bertransaksi yang cepat, nyaman, dan sering kali disertai promosi menarik. Fenomena ini menjadikan kemudahan teknologi sebagai salah satu pemicu penting dalam meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Penelitian oleh Zafir Fakhrizal menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan *Fintech* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara manfaat yang dirasakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan.¹⁴ *Financial technology (fintech)* telah membawa perubahan signifikan dalam cara mahasiswa mengelola keuangan dan melakukan transaksi. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan *fintech*, seperti e-wallet dan fitur *paylater*, mempermudah mahasiswa dalam melakukan pembelian tanpa harus membawa uang tunai. Namun, tidak semua penelitian menemukan hubungan yang signifikan antara penggunaan *fintech* dan perilaku konsumtif mahasiswa. Studi oleh Muhammad Zidan Al Farisyi menemukan bahwa penggunaan *fintech e-wallet* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan.¹⁵ Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa selain kemudahan akses yang ditawarkan oleh *fintech*, faktor lain seperti literasi keuangan dan kontrol diri juga memainkan peran penting dalam menentukan perilaku konsumtif mahasiswa.

¹⁴ Fakhrizal Zafir, “pengaruh kemudahan dan manfaat *financial technology* terhadap perilaku konsumtif (studi pada mahasiswa perbankan syariah UIN ar-Rainy)” (2022).

¹⁵ Muhammad Zidan Alfarisy, “Pengaruh Fintech E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto),” *skripsi* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Locus of control berperan penting dalam memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif; mahasiswa dengan *locus of control* internal cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik dalam mengelola pengeluaran mereka meskipun terpapar berbagai kemudahan akses finansial. *Locus of control* yakni keyakinan individu terhadap kemampuan mengendalikan peristiwa dalam hidupnya, dapat memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Penelitian oleh Martono dan Sudarma menemukan bahwa *locus of control* tidak dapat memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, artinya seseorang dengan *locus of control* internal yang baik belum tentu dapat mengendalikan perilaku konsumtifnya meskipun memiliki literasi keuangan yang baik.¹⁶

Inklusi keuangan yang semakin luas juga berkontribusi pada kemudahan akses terhadap produk keuangan, tetapi tidak selalu diiringi dengan peningkatan kesadaran akan pengelolaan keuangan. Fenomena ini menjadi lebih kompleks ketika *locus of control* mahasiswa baik internal maupun eksternal berperan dalam memoderasi pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap pola konsumsi mereka. Mahasiswa dengan *locus of control* eksternal cenderung lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan mereka dengan *locus of control* internal lebih mampu mengendalikan diri meski terpapar berbagai kemudahan tersebut. Penelitian lain oleh Budiasni dan Ferayani menekankan pentingnya literasi keuangan, *locus of control*, dan inklusi keuangan terhadap

¹⁶ Martono & Sudarma, Peran *Locus of control* Dalam Memoderasi Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, Uin Malang, 2019.

perilaku keuangan, khususnya pada sektor UMKM.¹⁷ Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun akses terhadap layanan keuangan digital semakin mudah, tanpa literasi keuangan yang memadai dan *locus of control* yang baik, mahasiswa rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini akan fokus untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *financial technology (fintech)* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan mempertimbangkan peran moderasi *locus of control*. Fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, yang dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, serta perbedaan literasi keuangan dan *locus of control*, mendorong perlunya penelitian lebih lanjut untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku tersebut. Oleh karena itu, judul penelitian ini adalah **"Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial technology* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang Dimoderasi *Locus of control*."**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan mempertimbangkan moderasi *locus of control*. Masih terdapat kekosongan penelitian yang perlu diisi, khususnya dalam memahami secara mendalam bagaimana faktor-faktor ini saling berinteraksi dan memoderasi perilaku konsumtif mahasiswa.

¹⁷ Tambun, Soetiuono, dan Sitorus, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Self Control Sebagai Pemoderasi."

Penelitian ini merujuk pada *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap terhadap suatu tindakan, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Dalam hal ini, literasi keuangan, inklusi keuangan, serta penggunaan *financial technology* (*fintech*) memengaruhi sikap mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka. Sementara itu, norma subjektif, seperti pengaruh dari lingkungan sosial dan tren teknologi, turut berkontribusi terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, *locus of control* berperan sebagai faktor moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan *locus of control* internal cenderung memiliki kemampuan lebih baik untuk mengendalikan perilaku konsumtif dibandingkan dengan mereka yang memiliki *locus of control* eksternal. Teori ini menyediakan kerangka kerja yang menyeluruh untuk memahami bagaimana faktor psikologis dan eksternal memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang tersebut, sehingga permasalahan yang diangkat yaitu:

1. Bagaimana pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo?
2. Apakah *locus of control* memoderasi hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan pada penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.
2. Menganalisis peran *locus of control* internal dan eksternal dalam memoderasi antara literasi keuangan, inklusi keuangan dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen, khususnya dalam memahami bagaimana literasi keuangan, inklusi keuangan, dan *financial technology* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan mempertimbangkan peran *locus of control* sebagai variabel moderasi, penelitian ini dapat memperkaya teori terkait perilaku keuangan mahasiswa di era digital serta memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya dalam bidang ekonomi dan manajemen keuangan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan pribadi secara lebih bijak. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi institusi pendidikan dan regulator keuangan seperti OJK untuk merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif guna mengurangi perilaku

konsumtif yang berlebihan di kalangan pelajar, sehingga mereka dapat mengoptimalkan penggunaan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu yang relevan

No	Penelti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Hasil Penelitian	Relevansi dengan penelitian Ini
1	Rizka A. Oktaviana & Edi Wibowo (2022) . ¹⁸	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian iPhone	Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, Media Sosial, Perilaku Konsumtif	Literasi keuangan, pengendalian diri, dan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hanya gaya hidup yang berpengaruh signifikan	Menjelaskan bahwa literasi keuangan saja tidak cukup menekan perilaku konsumtif; mendukung perlunya pendekatan lain seperti pengendalian akses keuangan

¹⁸ Rizka Azimatul Oktaviana *Et al.*, “Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , Pengendalian Diri Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Iphone (Survei Pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta),” *Poeng Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2.1 (2024), Hal. 388–401, Doi:Org/10.62710/Ha65h715.

2	Mursalim et al. (2022) ¹⁹	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Fintech</i> Digital Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar	Literasi Keuangan, <i>Fintech</i> , Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif	Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan. <i>Fintech</i> dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif	Relevan dengan fokus penelitian ini yang menguji dampak <i>fintech</i> dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
3	Kurnia et al. (2023) ²⁰	Pengaruh <i>Fintech</i> (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	<i>Fintech</i> (Paylater), Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Perilaku Keuangan	Semua variabel berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa	Menguatkan peran <i>fintech</i> dalam membentuk perilaku konsumtif dan menyoroti pentingnya literasi keuangan sebagai kontrol
4	Oktavianda R. Puteri	Pengaruh Literasi	Literasi Keuangan,	Literasi keuangan	Menggambarkan keterkaitan

¹⁹ Mursalim, Andi Ririn Oktaviani, Dan Abdullah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Makassar,” *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan Massaro*, 6.2 (2024), Hal. 76–90.

²⁰ Kurnia, Goso Goso, Dan Muh Halim, “Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa,” *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6.1 (2023), Hal. 704–11, Doi:10.37531/Sejaman.V6i1.3996.

	et al. (2023) ²¹	Keuangan dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep	Perilaku Konsumtif, Minat Penggunaan Digital Payment	berkontribusi pada peningkatan minat penggunaan digital payment; perilaku konsumtif juga memengaruhi minat	antara literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan penggunaan <i>fintech</i> sebagai alat pembayaran
5	Amirulloh , Astuti, & Fajarwati (2022) ²²	Pengaruh <i>Locus of control</i> dan Gaya Hidup Konsumerisme terhadap Intention to Buy	<i>Locus of control</i> , Gaya Hidup Konsumerisme, Intensi Membeli	<i>Locus of control</i> internal berpengaruh terhadap intensi membeli, tetapi tidak mampu memoderasi hubungan dengan gaya hidup	Sejalan dengan temuan bahwa <i>locus of control</i> tidak mampu memoderasi hubungan variabel lain terhadap perilaku konsumtif

²¹ Oktavianda Riyantini Puteri, Arie Setyo Dwi Purnomoe, dan Prasetyo Nugroho, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep," *Ilmu-Ilmu Ekonomi* 15, no. 2 (2023): 1–13.

²² David M Amirulloh et al., "Pengaruh locus of control dan gaya hidup konsumerisme terhadap intention to buy pada mahasiswa fakultas ekonomi unusida," *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* 2, no. 3 (2024): 187–206, <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2777>.

B. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, mengonsumsi, dan membuang produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen mencerminkan bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, dan menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan demikian, perilaku konsumen bukan hanya menyangkut tindakan pembelian, tetapi juga melibatkan latar belakang psikologis dan sosial yang kompleks.

Salah satu model yang banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen adalah Model *Stimulus–Organisme–Respons* (S-O-R). Dalam model ini, stimulus (seperti promosi, harga, dan produk) memengaruhi organisme (psikologi konsumen, seperti emosi dan kognisi), yang akhirnya menghasilkan respons (tindakan membeli atau tidak membeli). Model ini menekankan bahwa respons konsumen bukan hanya hasil dari stimulus eksternal, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi internal individu.²³

2. Teori Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku konsumen yang dilakukan seseorang yang bersifat boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan

²³ Chao Hsing Lee dan Chien Wen Chen, "Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework," *Information (Switzerland)* 12, no. 6 (2021): 1–17, <https://doi.org/10.3390/info12060241>.

daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas serta terencana.²⁴ Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah studi menggambarkan bagaimana cara individu, kelompok dan organisasi memanfaatkan sumber daya seperti waktu, uang dan usaha untuk memilih, membeli dan menggunakan barang dan jasa agar dapat dikonsumsi dan memuaskan keinginan serta kebutuhan.²⁵ Teori ini mengemukakan bahwa keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional, tetapi juga oleh elemen-elemen psikologis, sosial, dan situasional. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan manfaat fungsional suatu produk, tetapi juga bagaimana produk tersebut memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial seperti status atau kepatuhan terhadap norma sosial.

Teori Konsumsi Keynes menjelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, di mana konsumsi cenderung meningkat seiring dengan kenaikan pendapatan, namun tidak sebesar peningkatan pendapatan itu sendiri.²⁶ Teori ini menekankan bahwa individu memiliki kecenderungan untuk membelanjakan sebagian besar pendapatannya, sementara sebagian lainnya disimpan sebagai tabungan. Sementara itu, Teori Konsumsi Hedonistik menyatakan bahwa konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga pada pencarian kesenangan, status, dan kepuasan. Konsumsi hedonistik sering kali dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang impulsif, di mana individu membeli

²⁴ Hj. A. Sukmawati Assaad, "Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga," *Jurnal Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 1, no. 1 (2016): 114–29, <http://ejournal.UINpalopo.ac.id/index.php/alamwal/article/view/630>.

²⁵ Khairil Azmi, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Cv Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang Khairil Azmi Universitas Putra Indonesia Yptk Padang," *Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1.2 (2022), Hal. 24–32.

²⁶ Awnurropiiq, "Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa universitas nahdatul ulama indonesia," *skripsi*, no. 5 (2022): 71.

barang atau jasa lebih karena dorongan emosional daripada pertimbangan rasional. Dalam hal mahasiswa, kedua teori ini dapat menjelaskan bagaimana pendapatan, akses ke layanan keuangan, serta tren dan gaya hidup mempengaruhi pola konsumsi mereka.

Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan *materialistic*, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata.²⁷ Hal ini juga bertentangan dengan ajaran islam, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَاَلَّا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Yang artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan! Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS.Al-A'raf:31/7).

Dari ayat di atas dapat diambil prinsip konsumsi yaitu proporsional dan tidak berlebih-lebihan, atau tidak mengikuti selera hawa nafsu. Tidak bermakna berlebih-lebihan dalam kebaikan dan keharusan bersikap wajar dalam konsumsi ditegaskan lagi ketika Allah SWT. menggambarkan sifat Nabi Muhammad SAW. sebagai utusan yang juga bersifat manusiawi, yaitu makan dan minum, serta

²⁷ Rizqi Jauharatul Amalia, “Analisis Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4.1 (2022), Hal. 1–16, Doi:10.24239/Jiebi.V4i1.87.1-16.

melakukan kegiatan ekonomi di pasar. Nabi Muhammad SAW. bukanlah malaikat yang tidak makan dan tidak minum.²⁸

Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*) yang dikembangkan oleh Albert Bandura pada tahun 1977 menekankan pentingnya pengamatan, imitasi, dan pembelajaran melalui interaksi sosial dalam membentuk perilaku individu.²⁹ Teori ini memberikan perspektif bahwa manusia tidak hanya belajar dari pengalaman langsung, tetapi juga dari mengamati perilaku orang lain dan konsekuensi dari perilaku tersebut. Menurut Griffin perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu, dalam hal ini mahasiswa, untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kondisi finansial secara rasional. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *financial technology* (*fintech*), yang dapat mendorong kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ada dua yaitu faktor eksternal dan faktir internal.³⁰

²⁸ Samsuriadi, Achmad Abubakar, dan Rusydi Khalid, “Tafsir Ayat-ayat Al- Qur ’an Tentang Konsumsi,” *Economos; Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 91–101.

²⁹ Marqo Patton, “*Creative Efficacy Toolbox: Introducing A Professional Development Model For Creatives*,” *College Music Symposium*, 2021, 76–85, Doi:10.18177/Sym.2020.61.1.Sr.11518.

³⁰ Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*.

1) Faktor eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal yang memengaruhi perilaku konsumen antara lain:

a) Kebudayaan

Perilaku konsumen adalah perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa.

b) Kelas sosial

Philip Kotler mengemukakan kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama.

c) Keluarga

(1) Keluarga dapat memengaruhi keputusan membeli sesuai dengan perannya masing-masing.

(2) Kelompok referensi dan kelompok sosial. Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya. Sedangkan kelompok sosial melalui perkembangan dan perubahan suatu dalam kelompok tersebut dan memengaruhi individu-individu dalam suatu kelompok dalam berperilaku.

2) Faktor internal

Faktor lingkungan internal yang memengaruhi perilaku konsumen adalah:

- a) Motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.
- b) Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya.
- c) Belajar menjelaskan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- d) Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak.
- e) Kepercayaan dan sikap. Kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Sikap merupakan merek dalam suatu kerangka pikir menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu objek yang sama.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono secara tindakan perilaku konsumtif memiliki indikator antara lain:³¹

- 1) Membeli produk karena tergiur iming-iming. Seorang konsumen membeli barang karena adanya tawaran hadiah jika pembelian dilakukan lebih awal, yang dapat memicu perilaku konsumtif.
- 2) Membeli produk demi penampilan dan gengsi. Saat ini, menjaga penampilan dan meningkatkan gengsi menjadi prioritas, baik dalam berpakaian maupun berdandan, agar terlihat menarik di mata orang lain.

³¹ Naning Fatmawatie, *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*, Naning Fatmawatie, 2022.

- 3) Membeli produk berdasarkan harga, bukan manfaat atau fungsi. Konsumen sering kali menunjukkan gaya hidup glamor, membeli barang mahal untuk mencerminkan kemewahan tanpa mempertimbangkan fungsi praktisnya.
- 4) Membeli produk untuk mencerminkan simbol status. Konsumen dengan daya beli tinggi sering membeli barang mahal untuk menciptakan kesan sebagai bagian dari kelas sosial tertentu demi meningkatkan citra di mata orang lain.
- 5) Menggunakan produk karena kesesuaian dengan iklan. Konsumen sering kali meniru idola mereka, memilih produk yang digunakan atau direkomendasikan oleh tokoh terkenal, percaya bahwa produk tersebut akan meningkatkan kepercayaan diri mereka.
- 6) Mencoba lebih dari dua produk serupa dari merek berbeda. Konsumen cenderung mencoba produk sejenis dari berbagai merek meskipun produk yang sebelumnya belum habis.

3. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen adalah teori psikologi sosial yang bertujuan untuk memprediksi dan memahami perilaku individu dalam situasi tertentu. TPB merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menambahkan elemen baru, yaitu *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku).³² Teori ini menjelaskan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat (*intention*) mereka untuk melakukan perilaku tersebut. Niat ini, pada gilirannya, dipengaruhi oleh tiga faktor utama:

³² Mahyarni Mahyarni, “*Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior* (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku),” *Jurnal El-Riyasah*, 4.1 (2013), Hal. 13, doi:10.24014/Jel.V4i1.17.

a. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude Toward the Behavior*)

Persepsi individu tentang sejauh mana suatu perilaku dianggap positif atau negatif. Sikap ini dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap hasil dari perilaku tersebut dan evaluasi mereka terhadap hasil tersebut.

b. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Tekanan sosial yang dirasakan individu, yaitu sejauh mana orang-orang penting dalam kehidupan individu seperti keluarga atau teman serta mendukung atau menolak perilaku tertentu.

c. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (*Perceived Behavioral Control*)

Persepsi individu mengenai kemampuannya untuk melakukan perilaku tersebut, yang mencakup faktor-faktor internal seperti kepercayaan diri dan faktor-faktor eksternal seperti hambatan atau dukungan dari lingkungan.

4. Teori Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan untuk membuat keputusan finansial yang efektif. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial.³³ Literasi keuangan adalah mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan, dan

³³ Otoritas Jasa Keuangan (Ojk) *Edukasi Keuangan*

menangani kompeten untuk peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa di ekonomi secara umum.

Literasi keuangan adalah kemampuan individu, dalam hal ini mahasiswa, untuk memahami dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak. Literasi keuangan mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan perilaku dalam pengelolaan keuangan, yang diyakini berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), faktor-faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan meliputi jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan.³⁴ Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan antara lain :

- 1) Faktor demografis³⁵
 - b) Usia dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan, seseorang dengan usia lebih tua memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih baik.
 - c) Jenis kelamin, berdasarkan jenis kelamin meskipun tidak jauh berbeda, laki-laki memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi dari perempuan.
 - d) Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangannya.

2) Faktor sosial ekonomi

³⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK) *Edukasi Keuangan*

³⁵ Fransiska Soejono, Anastasia Sri Mendari, Dan Irin Fitria, “Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi: Studi Pada Pasangan Muda,” *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 20.1 (2022), Hal. 27–42, doi:10.32524/Jkb.V20i1.342.

- a) Pendapatan, tingkat pendapatan yang tinggi cenderung memiliki literasi keuangan baik.
- b) Status pekerjaan, pekerjaan dengan status yang tinggi dapat mempengaruhi literasi keuangan individu.³⁶
- c) Lingkungan keluarga dapat mempengaruhi tingkat literasi individu.³⁷

3) Faktor eksternal

- a) Akses informasi, ketersediaan informasi keuangan melalui media dan internet mempengaruhi literasi keuangan seseorang.
- b) Edukasi keuangan pendidikan keuangan formal dan informal mempengaruhi tingkat literasi keuangan individu.³⁸

b. Tingkat Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2013 dikategorikan menjadi empat tingkatan:

- 1) *Well Literate* adalah masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban terkait, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.

³⁶ Herma Wiharno, "Karakteristik Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Serta Dampaknya Terhadap Manajemen Keuangan Personal (Survei Pada Pegawai Negeri Sipil Daerah Di Kabupaten Kuningan)," *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 1.02 (2017), Hal. 1–15, doi:10.25134/Jrka.V1i02.437.

³⁷ Nisa Aliya Toatiningrum Dan Rizqi Ilyasa Aghni, "Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Keluarga Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 Universitas Negeri Yogyakarta," *Journal Student Uny*, 2.1 (2022), Hal. 17–32.

³⁸ Akhmad Darmawan Dan Dini Fatiharani, "Literasi Keuangan, Faktor Demografi Dan Akses Permodalan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Sektor Informal," *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10.1 (2019), Hal. 73–89, Doi:10.18196/Mb.10169.

- 2) *Sufficient Literate* adalah masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban terkait.
- 3) *Less Literate* adalah masyarakat yang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk, dan layanan keuangan.
- 4) *Not Literate* adalah masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, dan tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.

c. Indikator Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam SNLKI revisit 2017 indikator literasi keuangan terdiri dari:

- 1) Pengetahuan yaitu pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan.
- 2) Keterampilan yaitu kemampuan menggunakan produk dan layanan keuangan dengan tepat.
- 3) Keyakinan yaitu sikap positif terhadap pengelolaan keuangan.
- 4) Perilaku yaitu tindakan nyata dalam pengelolaan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansial.³⁹

5. Teori Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan adalah upaya untuk memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat memiliki akses yang mudah dan merata terhadap layanan keuangan formal. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No.76/POJK.07/2016,

³⁹ OJK, “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017),” *Otoritas Jasa Keuangan*, 2017, 1–99.

inklusi keuangan didefinisikan sebagai ketersediaan akses terhadap berbagai lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan formal sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan mereka.⁴⁰

Inklusi keuangan adalah suatu kondisi di mana seluruh individu, termasuk mahasiswa memiliki akses yang mudah dan luas terhadap layanan keuangan formal yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mereka. inklusi keuangan tidak hanya mencakup akses terhadap layanan perbankan, asuransi, dan investasi, tetapi juga keterlibatan individu dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital. Akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan dapat meningkatkan efisiensi dalam transaksi dan mendukung kemandirian finansial.

a. Indikator inklusi keuangan

Indikator inklusi keuangan antara lain:

- 1) Ketersediaan akses, merujuk pada kemudahan dalam mengakses layanan keuangan.
- 2) Penggunaan produk, mengukur pemanfaatan produk dan layanan yang tersedia.⁴¹
- 3) Kemudahan dalam transaksi, akses terhadap fasilitas pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari maupun akademik⁴²

⁴⁰ Otoritas Jasa Keuangan, “Undang - Undang Ojk,” *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 53.9 (2016), Hal. 1689–99 <<https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Edukasi-Dan-Perlindungan-Konsumen/Regulasi/Peraturan-Ojk/Documents/Pages/Pojk-Tentang-Peningkatan-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-Di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-Dan-Atau-Masyarakat/Sal-Pojk-Literasi-Dan-Inklusi-Kuang>>.

⁴¹ Otoritas Jasa Keuangan, “SP OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024,” 2024, 1–6.

⁴² Khaeruddin dan Muh Jamil, “Pengaruh transaksi non tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas negeri Makassar” 1192 (2024): 304–17.

b. Pendekatan dan prinsip keuangan inklusif

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 114 tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI).

1) Pendekatan keuangan inklusif

- a) Kombinasi dari empat konsep utama yang saling menguatkan yaitu mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan stabilitas sistem keuangan, mendukung program penanggulangan kemiskinan, serta mengurangi kesenjangan antarindividu dan antar daerah.
- b) Identifikasi penyelesaian permasalahan yang menghambat perluasan akses kepada semua lapisan masyarakat terhadap layanan keuangan dan peluang kegiatan ekonomi produktif dengan mempertimbangkan *best practices* dan *lesson learned* dari domestik dan internasional.
- c) Upaya yang selaras dan terkoordinasi dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan pada sektor publik, swasta, dan masyarakat.⁴³

2) Prinsip keuangan inklusif

- a) Kepemimpinan (*leadership*): menumbuhkan komitmen pemerintah dan otoritas keuangan terhadap peningkatan keuangan inklusif
- b) Keragaman (*diversity*): mendorong ketersediaan berbagai layanan keuangan oleh penyedia layanan keuangan yang beragam
- c) Inovasi (*innovation*): mendorong inovasi teknologi dan kelembagaan sebagai sarana untuk memperluas akses dan penggunaan sistem keuangan

⁴³ Kementerian Sekretariat Negara RI, “Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif,” <https://peraturan.bpk.go.id/Details/154566/perpres-no-114-tahun-2020>, no. 051209 (2020): 1–23.

- d) Perlindungan (*protection*): mendorong pendekatan yang komprehensif bagi perlindungan konsumen yang melibatkan peran seluruh pemangku kepentingan pada sektor publik, swasta, dan masyarakat.
- e) Pemberdayaan (*empowerment*): mengembangkan literasi keuangan dan kemampuan keuangan masyarakat.
- f) Kerja sama (*cooperation*): memperkuat koordinasi dan mendorong kemitraan antara seluruh pemangku kepentingan pada sektor publik, swasta, dan masyarakat.
- g) Pengetahuan (*knowledge*): menggunakan data dan informasi dalam penyusunan dan pengembangan kebijakan, serta pengukuran keberhasilan yang dilaksanakan oleh regulator dan penyedia layanan keuangan.
- h) Proporsionalitas (*proportionality*): membentuk kerangka kebijakan dan peraturan yang secara proporsional mempertimbangkan aspek risiko dan manfaat dari inovasi produk dan jasa keuangan.
- i) Kerangka kerja (*framework*): mempertimbangkan kerangka kerja peraturan yang mencerminkan standar internasional, kondisi nasional, dan dukungan bagi sistem keuangan yang kompetitif.⁴⁴

6. Teori *Financial Technology* (*Fintech*)

Bank Indonesia memberikan definisi mengenai *financial technology* (teknologi finansial) yang diatur dan tertuang pada Pasal 1 angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017. Tentang penyelenggaraan teknologi finansial menyatakan bahwa “teknologi finansial adalah pengguna teknologi dalam sistem

⁴⁴ Kementerian Sekretariat Negara RI.

pada bidang keuangan yang menghasilkan produk-produk layanan, teknologi, dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada kondisi stabilitas moneter, stabilitas pada sistem keuangan, dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta kehandalan sistem pembayaran.”⁴⁵

Di era digital, layanan *fintech* semakin berpartisipasi dalam membentuk kebiasaan keuangan mahasiswa. Kualitas layanan dan produk yang diberikan oleh perusahaan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.⁴⁶ Semakin baik pengalaman pengguna dalam menggunakan layanan keuangan digital, semakin besar kemungkinan untuk tetap menggunakan aplikasi tersebut dalam jangka panjang. Kemudahan transaksi, kecepatan layanan, dan fitur keamanan menjadi faktor utama yang membuat mahasiswa cenderung setia pada platform *financial technology* tertentu, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pola konsumsi secara keseluruhan.

Financial technology (Fintech) adalah integrasi teknologi dalam sistem keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan kemudahan transaksi keuangan bagi individu, termasuk mahasiswa. *Fintech* mencakup berbagai layanan seperti e-wallet, paylater, dan pembayaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara praktis tanpa memerlukan uang tunai.

⁴⁵ Ratnawaty Marginingsih, “*Financial technology (Fintech)* Dalam Inklusi Keuangan Nasional Di Masa Pandemi Covid-19,” *Moneter - Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8.1 (2021), Hal. 56–64, Doi:10.31294/Moneter.V8i1.9903.

⁴⁶ Fasiha et al., “The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets” 7, no. 2 (2022): 177–92.

a. Jenis-Jenis *Financial Tehnology (Fintech)*

Berikut ini beberapa jenis layanan *financial technology*.⁴⁷

1) Pengelolaan Aset

Pengelolaan aset adalah sebuah platform manajemen pengeluaran yang dirancang untuk membuat pengelolaan bisnis menjadi lebih sederhana dan efisien. *Start-up* seperti *Jojonomic* memungkinkan masyarakat Indonesia untuk beralih ke proses yang lebih ramah lingkungan dengan mengubah pencatatan manual menjadi digital melalui aplikasi. Platform ini juga mempermudah persetujuan pengeluaran secara praktis.

2) *Crowdfunding*

Crowdfunding adalah *start-up* yang menyediakan platform untuk mengumpulkan dana secara kolektif, yang kemudian didistribusikan kepada individu atau kelompok yang membutuhkan. Contohnya termasuk korban bencana alam, proyek seni, atau kegiatan sosial lainnya. Beberapa platform populer dalam layanan ini meliputi KitaBisa, Wujudkan, AyoPeduli, *Crowdtivate*, GandengTangan, CariNcara, dan lainnya.

3) *E-Money*

Uang elektronik atau *E-Money* adalah uang dalam bentuk digital yang berfungsi sebagai dompet elektronik. *E-Money* digunakan untuk berbagai transaksi seperti belanja, pembayaran tagihan, dan keperluan lainnya melalui aplikasi tertentu. Pemerintah juga mendorong penggunaannya, misalnya untuk pembayaran

⁴⁷Rina Apriliani, *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital Teori Dan Implementasinya, Repository-Penerbitlitnus.Co.Id*, 1 Ed. (Cv. Literasi Nusantara Abadi Perumahan, 2018) <<https://Repository-Penerbitlitnus.Co.Id/Id/Eprint/212/>>.

tol dan tiket kereta. Uang elektronik ini menggantikan alat pembayaran konvensional dengan kartu digital yang lebih praktis dan aman. Contoh *E-Money* yang sering digunakan adalah Flash BCA, *E-Money* Mandiri, Brizzi BRI, *Tap Cash* BNI, dan Jak Card Bank DKI.

4) Asuransi

Start-up di sektor asuransi memberikan layanan inovatif, seperti menyediakan informasi tentang rumah sakit terdekat, dokter terpercaya, dan rekomendasi layanan kesehatan lainnya. Contohnya adalah HiOscar.com, yang menawarkan pendekatan sederhana dan intuitif untuk membantu pengguna mengelola kebutuhan kesehatan mereka secara lebih proaktif.

5) *Peer-to-Peer (P2P) Lending*

P2P Lending adalah layanan pinjaman online yang diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang ditujukan untuk membantu UMKM yang belum memiliki akses ke perbankan. *Start-up* jenis ini memberikan solusi permodalan yang sering menjadi hambatan utama bagi pengusaha kecil. Platform seperti UangTeman, KoinWorks, Dana Didik, dan Kredivo memungkinkan individu untuk mendapatkan dana guna memulai atau mengembangkan usaha mereka.

6) *E-Wallet*

E-Wallet adalah bagian dari *E-Money*, tetapi berbasis teknologi server, berbeda dengan *E-Money* berbasis *chip* dalam kartu fisik. *E-Wallet* digunakan untuk berbagai keperluan seperti belanja *online*, pembayaran di toko *offline*, pembelian pulsa, token listrik, hingga pembayaran tagihan seperti BPJS. Meskipun

tidak memiliki bentuk fisik, *E-Wallet* menawarkan fleksibilitas tinggi untuk kebutuhan pembayaran digital.

b. Indikator *Financial Tehnology (Fintech)*

Indikator dari *Financial Tehnology* antara lain:

- 1) Adopsi teknologi tentang difusi inovasi, indikator adopsi teknologi dapat digunakan untuk mengukur tingkat penerimaan dan penggunaan. Faktor-faktor yang dapat diukur termasuk tingkat kesadaran, kepercayaan, dan kegunaan teknologi tersebut.
- 2) Volume transaksi tentang industri *fintech*, indikator volume transaksi merupakan ukuran penting untuk mengevaluasi pertumbuhan dan adopsi *fintech*. Indikator ini mencakup nilai transaksi keuangan yang dilakukan melalui *platform* dan aplikasi *fintech*⁴⁸
- 3) Jenis *fintech* yang dimiliki, seperti layanan *paylater*, dompet digital.

7. *Teori Locus of control*

Locus of control dikemukakan oleh *Rotter* pada tahun 1966 keyakinan seseorang yang menggambarkan sumber penentu perilakunya.⁴⁹ *Locus of control* menggambarkan sejauh mana seseorang mempersepsikan hubungan antara tindakan yang diambil dan konsekuensi/hasilnya. *Locus of control* merupakan persepsi seseorang terhadap sumber-sumber yang dapat mengontrol sebuah kejadian-kejadian dalam setiap hidup individu, dalam hal *locus of control* eksternal

⁴⁸ Zamroni Alpian Muhtarom, "Pengaruh Financial Technology (Fintech) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kota Mataram," *Muslim Preneur* 2, no. 2 (2022): 31–43, <https://doi.org/https://doi.org/10.57215/muslimpreneur.v2i2.332>.

⁴⁹ Lina dan Haryanto F. Rosyid, "Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri," *Psikologika*, no. 4 (1997): 5–13.

dan internal.⁵⁰ *Locus of control* merupakan kecenderungan persepsi dan keyakinan seseorang terhadap pengontrol segala hal yang terjadi dalam hidup orang tersebut dan segala peristiwa yang mengiringinya.⁵¹

a. Jenis-Jenis *Locus of control*

1) *Locus of control internal*

Ketika individu yakin bahwa keberhasilan maupun kegagalan yang dialami merupakan sebuah tanggungjawab pribadi dan usaha sendiri, maka orang tersebut dikatakan memiliki *locus of control* internal.

2) *Locus of control eksternal*

Ketika individu meyakini bahwa keberhasilan maupun kegagalan yang ditentukan oleh kekuatan luar dirinya seperti nasib, keberuntungan atau kekuatan lainnya dapat dikatakan *locus of control* eksternal.⁵²

b. Indikator *Locus of control*

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *locus of control* adalah :⁵³

1) Indikator *Locus of control* Internal

a) Keyakinan bahwa peristiwa yang dialaminya merupakan hasil dari perilaku dan tindakanya sendiri.

b) Memiliki kontrol yang baik atas perilakunya sendiri.

⁵⁰ Emawati Natan Dan Linda Mahastanti, "Analisis Pengaruh Financial Literacy Dan *Locus of control* Sebagai Variabel Moderating Terhadap Management Behaviour," *Owner*, 6.3 (2022), Hal. 2354–63, Doi:10.33395/Owner.V6i3.985.

⁵¹ Syatriadin, "*locus of control*: teori temuan penelitian dan reorientasinya dalam manajemen penanganan kesulitan belajar peserta didik," *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar* 1 (n.d.): 21.

⁵² Natan Dan Mahastanti, "Analisis Pengaruh Financial Literacy Dan *Locus of control* Sebagai Variabel Moderating Terhadap Management Behaviour."

⁵³ Nurul Faradila Rahmadani, "Pengaruh *Locus of control* Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Perhubungan Kota Makassar," 2022, 1–44.

c) Aktif mencari informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan situasi saat ini.

2) Indikator *Locus of control* Eksternal

a) Keyakinan seseorang bahwa kekuatan orang lain, nasib, dan kesempatan merupakan faktor utama yang mempengaruhi apa yang dialaminya.

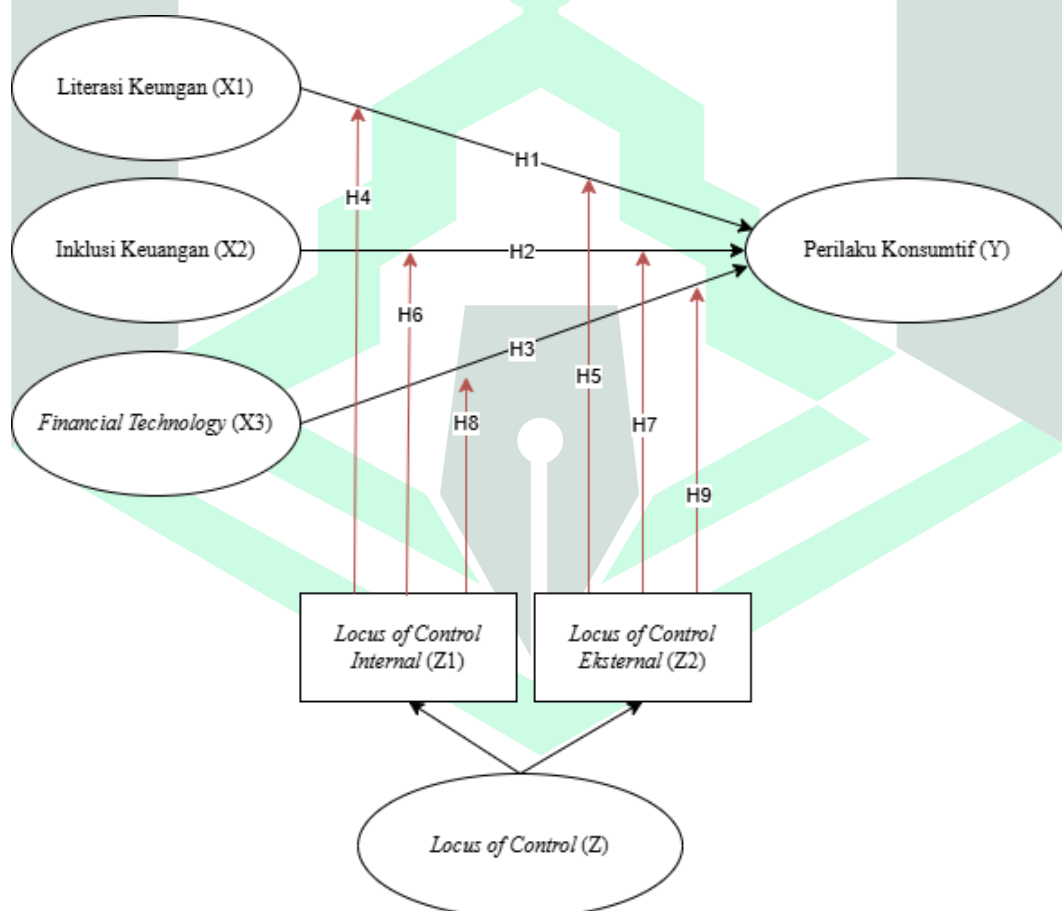
b) Kurang mengontrol perilakunya.

c) Dipengaruhi oleh orang lain.

d) Kurang aktif mencari informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan situasi saat ini.

C. Kerangka Pikir

Gambar 2. 1 Kerangka Pikir Penelitian



Sesuai dengan kerangka pikir yang tersaji, maka variabel independen yang dimasukkan yakni literasi keuangan sebagai X_1 inklusi keuangan sebagai X_2 serta *financial technology* sebagai X_3 memengaruhi secara parsial terhadap variabel dependen penelitian yakni perilaku konsumtif (Y) dan mempertimbangkan variabel moderasi yakni *Locus of control* (Z) (Internal Z1 dan Eksternal Z2) dalam memoderasi hubungan antara variabel independen (X_1, X_2 , dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Berdasarkan uraian teori dan temuan empiris yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka penyusunan hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) yang dikemukakan oleh Ajzen. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk perilaku konsumtif, dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks ini, literasi keuangan dipandang berperan dalam membentuk sikap rasional terhadap pengelolaan keuangan, sedangkan inklusi keuangan dan penggunaan *financial technology* menjadi faktor eksternal yang dapat memperkuat persepsi kemudahan serta mendorong perilaku konsumsi yang tidak selalu berdasarkan pertimbangan kebutuhan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan yang tinggi belum tentu cukup untuk menekan perilaku konsumtif, terutama ketika individu terpapar oleh kemudahan akses keuangan digital, fitur promosi dari e-

wallet, dan tekanan gaya hidup konsumtif yang dibentuk oleh media sosial.⁵⁴ Inklusi keuangan dan kemajuan teknologi digital justru dapat memperbesar kecenderungan konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik. Dalam hal ini, *locus of control* berperan penting sebagai faktor psikologis yang dapat memoderasi hubungan antara literasi, inklusi, dan teknologi terhadap perilaku konsumtif. Individu dengan *locus of control internal* cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumtif, sementara individu dengan *locus of control eksternal* lebih mudah dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan kemudahan teknologi.

Berdasarkan pertimbangan teoritis dan temuan empiris tersebut, maka dirumuskan sembilan hipotesis dalam penelitian ini. Tiga hipotesis pertama menguji pengaruh langsung literasi keuangan (H1), inklusi keuangan (H2), dan penggunaan *financial technology* (H3) terhadap perilaku konsumtif. Enam hipotesis berikutnya (H4–H9) menguji peran moderasi dari *locus of control*, baik internal maupun eksternal, terhadap masing-masing hubungan variabel bebas tersebut dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari sebuah rumusan masalah. Berdasarkan uraian diatas hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

⁵⁴ Ferrina Ermalina Rumbik, Rudi Kurniawan, dan Rafles Ginting, “Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi,” *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 12, no. 2 (2024): 292–301, <https://doi.org/10.26740/akunesa>.

H2: Diduga Inklusi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H3: Diduga *Financial technology* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H4: Diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H5: Diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H6: Diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H7: Diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H8: Diduga Diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan *Financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

H9: Diduga Diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan *Financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengungkap masalah atau situasi serta menampilkan fakta-fakta dan bentuk data numerik. Metode ini menggunakan pengukuran variabel secara standar melalui eksperimen atau survei, yang memungkinkan peneliti untuk menyatakan kekuatan dan arah hubungan antara variabel dengan akurasi/presisi.⁵⁵

B. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek yang menjadi sasaran penelitian. Lokasi penelitian yang dipilih yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo sedangkan waktu penelitian yaitu dilaksanakan pada Januari-Maret 2025.

C. Definisi operasional

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator
Literasi	Literasi keuangan adalah	1) Pengetahuan
Keuangan (X_1)	kemampuan individu, dalam	2) Keterampilan
	hal ini mahasiswa, untuk	3) Keyakinan

⁵⁵ Amiruddin *et al.*, *metodologi penelitian kuantitatif*, CV. Pradina Pustaka, 1 ed. (Sukoharjo, 2022).

Variabel	Defenisi	Indikator
	memahami dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak. Literasi keuangan mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan perilaku dalam pengelolaan keuangan.	4) Perilaku
Inklusi keuangan (X ₂)	Inklusi keuangan adalah suatu kondisi di mana seluruh individu, termasuk mahasiswa memiliki akses yang mudah dan luas terhadap layanan keuangan formal yang sesuai dengan kebutuhan dan kapabilitas mereka. inklusi keuangan tidak hanya mencakup akses	1) Ketersediaan akses 2) penggunaan produk 3) kemudahan transaksi

Variabel	Defenisi	Indikator
	terhadap layanan perbankan, asuransi, dan investasi, tetapi juga keterlibatan individu dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital. Akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan dapat meningkatkan efisiensi dalam transaksi dan mendukung kemandirian finansial.	
<i>Financial technology</i> (X₃)	<i>Financial technology</i> (<i>Fintech</i>) adalah integrasi teknologi dalam sistem keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan kemudahan transaksi keuangan bagi individu, termasuk mahasiswa. <i>Fintech</i> mencakup berbagai	1) Adopsi teknologi 2) Volume transaksi 3) Jenis <i>fintech</i> yang dimiliki

Variabel	Defenisi	Indikator
	layanan seperti e-wallet, paylater, dan pembayaran digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara praktis tanpa memerlukan uang tunai.	
Perilaku konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu, dalam hal ini mahasiswa, untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kondisi finansial secara rasional. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan <i>financial technology (fintech)</i> , yang dapat mendorong	1) Membeli produk karena tergiur iming-iming 2) Membeli produk berdasarkan harga, bukan manfaat atau fungsi. 3) Membeli produk untuk mencerminkan simbol status. 4) Menggunakan produk karena kesesuaian dengan iklan. 5) Mencoba lebih dari dua produk serupa dari merek berbeda.

Variabel	Defenisi	Indikator
	kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital	
<i>Locus of control (Z)</i>	<i>Locus of control</i> menggambarkan sejauh mana seseorang mempersepsikan hubungan antara tindakan yang diambil dan konsekuensi/hasilnya. <i>Locus of control</i> merupakan persepsi seseorang terhadap sumber-sumber yang dapat mengontrol sebuah kejadian-kejadian dalam setiap hidup individu, dalam hal <i>locus of control</i> eksternal dan internal	Indikator <i>Locus of control</i> Internal 1) Keyakinan bahwa peristiwa yang dialaminya merupakan hasil dari perilaku dan tindakanya sendiri. 2) Memiliki kontrol yang baik atas perilakunya sendiri. 3) Aktif mencari informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan situasi saat ini. Indikator <i>Locus of control</i> Eksternal 1) Keyakinan seseorang bahwa kekuatan orang lain, nasib, dan kesempatan merupakan faktor utama yang

Variabel	Defenisi	Indikator
		mempengaruhi apa yang dialaminya.
		2) Kurang mengontrol perilakunya.
		3) Dipengaruhi oleh orang lain.
		4) Kurang aktif mencari informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan situasi saat ini.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kelompok yang menjadi fokus penelitian dan berada dalam cakupan wilayah tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti, dimana populasi ini menjadi sumber data penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan pada suatu penelitian.⁵⁶ Populasi dalam penelitian ini mahasiswa aktif angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, dengan jumlah mahasiswa 283.

⁵⁶ Amiruddin *et al.*

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah Populasi.⁵⁷ Dalam penelitian ini, pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditetapkan oleh peneliti,⁵⁸ dengan kriteria.

Ada beberapa kriteria dalam menentukan sampel yaitu sebagai berikut:

- a. Mahasiswa aktif angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- b. Memiliki rekening bank
- c. Menggunakan salah satu produk *financial technology*.

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *slovin*

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{283}{1 + 283(10\%)^2}$$

$$n = \frac{283}{1 + 283(0,1)^2}$$

$$n = \frac{283}{1 + (283(0,01))}$$

$$n = \frac{283}{1 + 2,83}$$

$$n = \frac{283}{3,83}$$

⁵⁷ M Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif, Sustainability (Switzerland)*, 1 ed., vol. 11 (Tangerang: Pascal Books, 2021).

⁵⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2020).s

$$n = 73,89$$

Jadi, jumlah sampel yaitu 73,89 dibulatkan menjadi 74 orang

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi penelitian

e = Sampling error (tingkat kesalahan sampel) yaitu 10% atau 0,01

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportional stratified random sampling*, populasi dibagi ke dalam beberapa strata berdasarkan jurusan (Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Manajemen Bisnis Islam) dengan proporsi yang sesuai jumlah populasi masing-masing strata. Setelah menentukan jumlah sampel dari setiap jurusan secara proporsional dengan menggunakan rumus:

$$\text{Jumlah Populasi Strata} / \text{Total Populasi} \times \text{Total Sampel}$$

$$\text{Jurusan Perbankan Syariah } \frac{93}{283} \times 74 = 24,35 = 24 \text{ orang}$$

$$\text{Jurusan Ekonomi Syariah } \frac{98}{283} \times 74 = 25,60 = 26 \text{ orang}$$

$$\text{Jurusan Manajemen Bisnis Islam } \frac{92}{283} \times 74 = 24,035 = 24 \text{ orang}$$

Sampel diambil secara acak dari masing-masing strata. Teknik ini memastikan setiap jurusan terwakili dalam sampel sesuai dengan proporsi populasi aslinya, sehingga hasil penelitian menjadi lebih representatif terhadap keseluruhan populasi mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh dengan Metode Kuesioner. Pendekatan ini melibatkan pembagian daftar pertanyaan kepada responden dengan tujuan untuk meminta mereka memberikan jawaban. Hasil dari kuesioner digunakan untuk menganalisis variabel yang sedang diteliti. Metode pengumpulan data kuesioner dapat diterapkan melalui berbagai metode, salah satunya melalui *online survey questionnaire* atau kuesioner survei daring yang dibagikan menggunakan *google form*.⁵⁹

F. Instrument Penelitian

Metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Instrumen penelitian ini digunakan untuk mengukur fenomena yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup dengan menggunakan pengukuran skala *likert*. Responden diminta untuk memilih jawaban yang sudah tersedia untuk setiap pertanyaan. Skala *likert* bertujuan untuk mengukur perilaku dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena.⁶⁰

⁵⁹ Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Teknik Pengumpulan Data Penelitian* (Purbalingga: CV. Eurika Media Aksara, 2024).

⁶⁰ Priadana dan Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Skala likert banyak dipakai untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang tentang suatu fenomena sosial yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai variabel penelitian.⁶¹

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

Keterangan	Singkatan	Nilai
Sangat Setuju/ Selalu	SS	4
Setuju/ Sering	S	3
Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah	TS	2
Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah	STS	1

Peneliti menggunakan kuesioner atau angket sebagai instrumen yang dirancang berdasarkan indikator dari variabel penelitian. Instrumen ini berfungsi untuk mengumpulkan, memproses, dan menganalisis data yang diperoleh dari responden melalui metode pengukuran yang terstandarisasi. Dengan demikian, instrumen tersebut menjadi komponen utama dalam mendapatkan data yang relevan dengan tujuan penelitian.

G. Uji Validitas Dan Reabilitas

a. Uji Validasi

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu pertanyaan. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrumen dikatakan valid atau tidak valid dalam mengukur suatu variable penelitian, misalnya pada kuesioner. Suatu instrumen dari kuesioner dikatakan valid bila instrumen tersebut dapat dengan tepat mengukur apa yang hendak diukur.

⁶¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta Bandung, 2020).

Sehingga dapat dikatakan bahwa validitas berhubungan dengan “ketepatan” dengan alat ukur. Dengan instrumen yang valid akan menghasilkan data yang valid pula.⁶²

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r_{hitung} negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah serangkaian pengukuran atau alat ukur yang memiliki konsistensi bila pengukur yang dilakukan dengan alat ukur yang dilakukan secara berulang.⁶³ Instrumen dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Hal ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dapat dipercaya dan bebas dari kesalahan pengukuran yang acak. Salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah koefisien *Alpha Cronbach* (α), yang menilai konsistensi internal dari instrumen tersebut. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai (α) $> 0,60$.⁶⁴

⁶² Rokhmad Slamet dan Sri Wahyuningsih, “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja,” *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58, <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.

⁶³ Ngatno, “Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS,” 2015.

⁶⁴ Rokhmad Slamet dan Sri Wahyuningsih, “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja,” *Aliansi: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58, <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.

H. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data atau pengelolaan data dengan menggunakan *Statistical Package For the Social Sciences* (SPSS) for Windows versi 26, namun sebelum menginterpretasikan hasil regresi dari model penelitian yang digunakan terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data penelitian. Pengujian ini mencakup:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif kuantitatif adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan, merangkum, dan menganalisis data kuantitatif, yaitu data yang dapat diukur atau dihitung dengan angka. Analisis ini mencakup berbagai teknik, seperti pengukuran pemusatan data (*mean*, *median*, dan modus), pengukuran distribusi data (range, varian, standar deviasi, kuartil, desil, dan persentil), serta pengukuran kemencengan data (*skewness* dan *kurtosis*). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas dan rinci tentang data yang dikumpulkan, sehingga memudahkan interpretasi dan pengambilan keputusan yang didasarkan pada data yang ada.⁶⁵

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian uji statistik yang dilakukan untuk memeriksa sejauh mana data yang digunakan dalam analisis regresi memenuhi asumsi-asumsi dasar dari model regresi klasik. Asumsi-asumsi klasik ini penting karena ketidakpatuhan terhadap asumsi-asumsi ini dapat menghasilkan estimasi

⁶⁵ Nurul Aziza, "Metodologi penelitian 1 : deskriptif kuantitatif," *Media Sains Indonesia*, no. July (2023): 166–78.

yang bias atau tidak konsisten. Berikut adalah asumsi-asumsi klasik yang biasanya diperiksa dalam analisis regresi.

1) Uji Normalitas

Uji normalisasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.⁶⁶ Analisis grafik dan uji statistik (*Kolmogorov-Smirnov test*) harus dilakukan dengan ketentuan berikut untuk model regresi yang baik jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $>0,05$, maka data terdistribusi secara normal. Sebaliknya jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas $<0,05$, maka data tidak terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁶⁷ Cara untuk menentukan apakah model memiliki gejala multikolinearitas atau tidak, salah satunya dengan cara melihat nilai VIF dan *tolerance* pada tabel *coefficients*.

- a) Jika nilai $VIF < 10,00$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas
- b) Jika nilai $VIF > 10,00$ dan nilai *tolerance* $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas

3) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang

⁶⁶ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate" (BPU Diponegoro, 2021).

⁶⁷ Ghazali.
Ghozali.

lain.⁶⁸ Uji yang digunakan yaitu uji glejser. Dengan pedoman pengambilan keputusan hipotesis diantaranya:

- a) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi tersebut terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji parsial atau uji t untuk mengukur signifikansi parsial masing-masing variabel bebas atau variabel terikat dengan menggunakan koefisien regresi secara parsial. Pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan terikat dengan melihat nilai t hitung pada taraf signifikansi 5%. Nilai t hitung diperoleh melalui bantuan program SPSS Versi 26 *for windows* yaitu pada tabel *coefficients*. Model dikatakan signifikan jika nilai $\text{sig.}t \leq \alpha (0,05)$. Apabila besarnya probabilitas signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_1 ditolak, sedangkan jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima.⁶⁹

Untuk mencari t tabel dengan rumus sebagai berikut:

$$T_{\text{tabel}} = (\alpha ; n-k-l)$$

Keterangan:

α : taraf signifikansi

⁶⁸ Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate."

⁶⁹ Aminatus Zahriyah *et al.*, *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, 2021.

n: Jumlah sampel.

k: Jumlah variabel independen (bebas) dalam model.

I: Parameter lainnya, seperti konstanta dalam model regresi.

4. *Moderated Regression Analysis (MRA)*

Uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* adalah teknik statistik yang digunakan untuk menguji apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dimoderasi oleh variabel lain, yang disebut variabel moderator (Z).⁷⁰ Dalam penelitian ini, variabel moderasi adalah *locus of control*, yang bertujuan untuk melihat apakah *locus of control* memperkuat atau melemahkan hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo. Berikut ini model persamaan regresi pada uji uji interaksi MRA:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_6 (X_1 \cdot Z_1) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_7 (X_1 \cdot Z_2) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_8 (X_2 \cdot Z_1) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_9 (X_2 \cdot Z_2) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_3 X_3 + \beta_{10} (X_3 \cdot Z_1) + e$$

$$Y = \alpha + \beta_3 X_3 + \beta_{11} (X_3 \cdot Z_2) + e$$

Keterangan:

Y: Perilaku Konsumtif

α : konstanta

X_1 : Literasi keuangan

⁷⁰ Ngatno, "Analisis Data Penelitian Dengan Program GeSCA," *Undipp Press*, 2019.

X_2 : inklusi keuangan

X_3 : *Financial technology*

Z_1 : *Locus of control* internal (variabel moderasi)

Z_2 : *Locus of control* eksternal (variabel moderasi)

$X_1 \cdot Z_1$: Interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* internal

$X_1 \cdot Z_2$: Interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* eksternal

$X_2 \cdot Z_1$: Interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control* internal

$X_2 \cdot Z_2$: Interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control* eksternal

$X_3 \cdot Z_1$: Interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* internal

$X_3 \cdot Z_2$: Interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* eksternal

$\beta_1, \dots, \beta_3, \beta_6, \dots, \beta_{11}$: Koefisien regresi

β_4, β_5 : Koefisien interaksi yang menunjukkan efek moderasi Z terhadap hubungan X dan Y.

e: standar error.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Untuk menentukan nilai determinasi maka kita harus melihat nilai *R Square*. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo atau IAIN Palopo adalah Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri di Palopo provinsi Sulawesi Selatan, Indonesia. Dahulu dikenal sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo yang didirikan berdasarkan pada SK Presiden Nomor 11 tanggal 21 Maret 1997. Kemudian berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri pada tanggal 14 Oktober 2014 dan diresmikan pada 23 Mei 2015 oleh Menteri Agama Republik Indonesia.

STAIN Palopo, sebelumnya dikenal dengan nama Fakultas Ushuluddin yang diresmikan berdirinya pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin di Ujung Pandang. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 168 tahun 1968, status tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang tersebut ditingkatkan menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo. Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP No. 33 Tahun 1985 tentang Pokok-pokok Organisasi IAIN Alauddin; Keputusan Presiden RI Nomor 9 Tahun

1987 tentang Susunan Organisasi IAIN; KMA -RI Nomor 18 Tahun 1988 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Alauddin, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Palopo telah mempunyai kedudukan hukum yang sama dengan Fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di Negara Republik Indonesia. Berkenaan dengan kebijakan baru pemerintah tentang perguruan tinggi yang didasarkan pada Keputusan Presiden RI Nomor 11 Tahun 1997, maka mulai tahun 1997 Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo dibenahi penataan kelembagaannya dan dialihstatuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo dan berdiri sendiri.

Setelah beralih status menjadi STAIN, dan baru berubah lagi menjadi IAIN lembaga ini mengalami perubahan cukup signifikan. Hal ini terlihat pada sistem tata kelola administrasi, keuangan dan kebijakan, sumber daya manusia semuanya mengalami kemajuan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Di samping itu, jumlah prodi pada STAIN Palopo semakin bertambah sebatas cakupan kewenangan bidang keilmuan yang memungkinkan dikelola STAIN itu sendiri. Sejak pembentukannya sebagai fakultas cabang dari IAIN Alauddin hingga menjadi perguruan tinggi yang berdiri sendiri.

Salah satu fakultas di IAIN Palopo yaitu fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo merupakan salah satu fakultas unggulan yang berfokus pada pengembangan keilmuan ekonomi dan keuangan syariah di kawasan timur Indonesia. FEBI menaungi beberapa program studi seperti Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah, dan Akuntansi Syariah, yang semuanya mendukung penguatan kompetensi mahasiswa

dalam bidang ekonomi Islam. Fakultas ini aktif menggelar kegiatan akademik dan ilmiah berskala nasional hingga internasional, serta menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga, termasuk perguruan tinggi lain dan instansi pemerintah. Dengan dukungan tenaga pengajar berkualifikasi magister dan doktor serta fasilitas yang memadai, FEBI IAIN Palopo terus mendorong penguatan literasi keuangan syariah, kewirausahaan, dan penggunaan teknologi keuangan digital di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari transformasi menuju pendidikan Islam yang modern dan berdaya saing.

2. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa aktif FEBI UIN Palopo angkatan 2021 yang memiliki rekening bank serta menggunakan aplikasi *financial technology*. Sebanyak 74 mahasiswa telah berpartisipasi dalam survei yang dilakukan selama penelitian. Beberapa karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini mencakup jenis kelamin, usia, program studi, pendapatan, pengeluaran, serta sumber pendapatan.

1) Responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin antara lain sebagai berikut.

Tabel 4. 1 kriteria responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Kuantitas	Persentase
Laki Laki	15	20,27%

Perempuan	59	79,73%
Total	74	100%

Dalam penelitian ini, terdapat 74 responden yang terdiri dari 15 laki-laki (20,27%) dan 59 perempuan (79,73%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yang mencapai hampir 80% dari total sampel, sementara laki-laki hanya sekitar 20%. Perbedaan proporsi ini dapat mencerminkan dominasi partisipasi perempuan dalam penelitian atau karakteristik populasi yang memang lebih banyak diikuti oleh perempuan dibandingkan laki-laki.

2) Responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut.

Tabel 4. 2 Responden berdasarkan usia

Usia	Kuantitas	Persentase
<20	4	5,41%
20-22	62	83,78%
23-24	8	10,81%
Total	74	100%

Berdasarkan data usia responden, mayoritas berada dalam rentang 20-22 tahun, yaitu 62 orang (83,78%), menunjukkan bahwa kelompok usia ini mendominasi penelitian. Responden berusia 23-24 tahun berjumlah 8 orang (10,81%), sedangkan responden yang berusia di bawah 20 tahun hanya 4 orang (5,41%). Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada pada usia yang umum bagi mahasiswa tingkat akhir, yang sesuai dengan karakteristik sampel dalam penelitian ini.

3) Responden berdasarkan program studi

Karakteristik responden berdasarkan program studi sebagai berikut.

Tabel 4. 3 responden berdasarkan program studi

Jurusan	Kuantitas	Persentase
Perbankan Syariah	24	32,43%
Ekonomi Syariah	26	35,14%
Manajemen Bisnis Syariah	24	32,43%
Total	74	100%

Berdasarkan program studi, responden dalam penelitian ini berasal dari tiga jurusan. Mahasiswa Ekonomi Syariah merupakan kelompok terbesar, yaitu 26 orang (35,14%), diikuti oleh Perbankan Syariah dan Manajemen Bisnis Syariah yang masing-masing berjumlah 24 orang (32,43%). Distribusi ini menunjukkan bahwa penelitian melibatkan representasi yang proporsional dari berbagai program studi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sehingga hasilnya dapat mencerminkan perspektif mahasiswa dari berbagai bidang terkait.

4) Responden berdasarkan pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan sebagai berikut.

Tabel 4. 4 Responden berdasarkan pendapatan

pemasukan	Kuantitas	persentase
<Rp. 500.000	43	58%
Rp.500.000-1.000.000	25	34%
> Rp. 1.000.000	6	8%
Total	74	100%

Berdasarkan tingkat pemasukan, mayoritas responden memiliki pendapatan kurang dari Rp. 500.000, yaitu 43 orang (58%), menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada sumber keuangan yang terbatas. Sebanyak 25 orang (34%) memiliki pemasukan dalam rentang Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000, sementara hanya 6 orang (8%) yang berpenghasilan lebih dari Rp. 1.000.000. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori pendapatan rendah hingga menengah, yang dapat mempengaruhi pola konsumsi dan pengelolaan keuangan .

5) Responden berdasarkan sumber pendapatan

Tabel 4. 5 responden berdasarkan sumber pendapatan

Sumber Pendapatan	Kuantitas	Persentase
Beasiswa	3	4%
kerja sampingan	6	8%
pemberian orang tua	53	72%
kerja sampingan, pemberian orang tua	5	7%
pemberian orang tua, Beasiswa	7	9%
Total	74	100%

Berdasarkan sumber pendapatan, mayoritas responden, yaitu 53 orang (72%), bergantung pada pemberian orang tua sebagai sumber utama keuangan . Sebanyak 7 orang (9%) memperoleh pendapatan dari kombinasi pemberian orang tua dan beasiswa, sementara 3 orang (4%) hanya mengandalkan beasiswa. Selain itu, terdapat 6 responden (8%) yang memiliki kerja sampingan sebagai sumber pendapatan utama, dan 5 orang (7%) memperoleh penghasilan dari kombinasi kerja sampingan dan pemberian orang tua. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih mengandalkan dukungan finansial dari keluarga, meskipun ada yang mulai mencari sumber pendapatan tambahan melalui beasiswa atau pekerjaan sampingan.

3. Hasil Analisis data

a. Uji validitas

Tabel 4. 6 Hasil uji validitas data

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan	X1	0,495	0,228	Valid
	X1	0,676	0,228	Valid
	X1	0,706	0,228	Valid
	X1	0,790	0,228	Valid
	X1	0,790	0,228	Valid
Inklusi keuangan	X2	0,609	0,228	Valid
	X2	0,625	0,228	Valid
	X2	0,632	0,228	Valid
	X2	0,702	0,228	Valid
	X2	0,667	0,228	Valid
<i>Financial technology</i>	X3	0,490	0,228	Valid
	X3	0,702	0,228	Valid
	X3	0,722	0,228	Valid
	X3	0,647	0,228	Valid
	X3	0,815	0,228	Valid
Perilaku Konsumtif	Y	0,677	0,228	Valid
	Y	0,815	0,228	Valid
	Y	0,813	0,228	Valid

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>locus of control internal</i>	Y	0,732	0,228	Valid
	Y	0,685	0,228	Valid
	Z	0,518	0,228	Valid
	Z	0,454	0,228	Valid
	Z	0,527	0,228	Valid
<i>locus of ccontrol eksternal</i>	Z	0,726	0,228	Valid
	Z	0,701	0,228	Valid
	Z	0,739	0,228	Valid
	Z	0,70	0,228	Valid
	Z	0,703	0,228	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pada variabel Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, *Financial technology*, Perilaku Konsumtif, *Locus of control* Internal, dan *Locus of control* Eksternal memiliki nilai R Hitung > R Tabel (0,228). Hal ini menunjukkan bahwa setiap item dalam kuesioner dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud dalam penelitian ini. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki kualitas yang baik dalam merepresentasikan konsep yang diteliti.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan aplikasi SPSS, hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 7 Hasil uji realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	0,716	reliabel
Inklusi Keuangan	0,650	reliabel
<i>Financial technology</i>	0,704	reliabel
Perilaku Konsumtif	0,799	reliabel
<i>Locus of control</i>	0,780	reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian reliabel. Ini berarti bahwa kuesioner yang digunakan konsisten dalam mengukur variabel Literasi Keuangan (0,716), Inklusi Keuangan (0,650), *Financial technology* (0,704), Perilaku Konsumtif (0,799), dan *Locus of control* (0,780). Dengan demikian, data yang dikumpulkan dapat dipercaya untuk analisis lebih lanjut.

c. Uji asumsi klasik

1) Deskriptif

Tabel 4. 8 Hasil uji deskriptif

Variabel	N	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
literasi keuangan	74	13,00	20,00	16,2838	1,75578

inklusi keuangan	74	12,00	20,00	15,9730	1,53474
<i>financial technology</i>	74	7,00	20,00	13,7027	2,74351
perilaku konsumtif	74	10,00	20,00	14,6622	2,21005
<i>locus of control internal</i>	74	5,00	12,00	9,3108	1,50729
<i>locus of control eksternal</i>	74	9,00	20,00	13,6351	2,50246

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dari 74 responden, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Literasi Keuangan memiliki nilai minimum 13,00 dan maksimum 20,00, dengan mean 16,2838 dan standar deviasi 1,75578, menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan responden relatif tinggi dengan variasi yang tidak terlalu besar.
- Inklusi Keuangan memiliki rentang nilai antara 12,00 hingga 20,00, dengan mean 15,9730 dan standar deviasi 1,53474, menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki akses ke layanan keuangan yang cukup baik.
- Financial technology* memiliki nilai minimum 7,00 dan maksimum 20,00, dengan mean 13,7027 dan standar deviasi 2,74351, yang menunjukkan tingkat penggunaan *fintech* yang bervariasi di antara responden.
- Perilaku Konsumtif berada dalam rentang 10,00 hingga 20,00, dengan mean 14,6622 dan standar deviasi 2,21005, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden cukup bervariasi tetapi cenderung sedang.

e) *Locus of control* Internal memiliki nilai minimum 5,00 dan maksimum 12,00, dengan mean 9,3108 dan standar deviasi 1,50729, menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kecenderungan kontrol internal dalam mengatur keuangan.

f) *Locus of control* Eksternal memiliki rentang nilai 9,00 hingga 20,00, dengan mean 13,6351 dan standar deviasi 2,50246, menunjukkan bahwa ada sebagian responden yang cenderung mengandalkan faktor eksternal dalam mengendalikan keputusan keuangan.

2) Uji normitas

Tabel 4. 9 Hasil uji normalitas

N	<i>Kolmogrov Smirnov (Sig.)</i>	Keterangan
74	0,200	Normal

Pada tabel di atas dengan melalui uji normalitas *statistic nonparametric Kolmogrov Sminov* (K-S), nilai signifikannya sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

3) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
Literasi Keuangan	0,737	1,357
Inklusi Keuangan	0,579	1,726
<i>Financial technology</i>	0,532	1,879
<i>Locus of control internal</i>	0,837	1,195
<i>Locus of control eksternal</i>	0,597	1,676

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Tolerance > 0,1 dan VIF < 10, sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Ini menegaskan bahwa model regresi valid dan bebas dari hubungan linier berlebih antar variabel independen.

4) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 11 Hasil uji heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Literasi Keuangan	0,694
Inklusi Keuangan	0,528
<i>Financial technology</i>	0,070
<i>Locus of control internal</i>	0,547
<i>Locus of control eksternal</i>	0,165

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, varians residual dalam model ini bersifat konstan, yang menunjukkan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi, sehingga model regresi dapat digunakan secara valid untuk analisis lebih lanjut.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk melihat variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Ketetapan secara parsial berdasarkan pada nilai hasil olah data oleh program SPSS:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ serta nilai $sig < 0.05$, maka menolak H_0 dan menerima H_a , menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel bebas memengaruhi variabel terikat secara signifikan.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ serta $sig > 0.05$, maka menerima H_0 menolak H_a , menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat secara signifikan.

Untuk mencari t_{tabel} dengan cara berikut:

$$T_{tabel} = (\alpha; n-k-1)$$

$$T_{tabel} = (0,05; 74-11-1)$$

$$T_{tabel} = (0,05; 62)$$

$$T_{tabel} = 1,99897$$

Tabel 4. 12 Hasil uji Parsial

variabel	T _{tabel}	T _{hitung}	Sig.
Literasi keuangan	1,99897	1,329	0,188
Ingklusi keuangan	1,99897	3,831	0,000
<i>Financial technology</i>	1,99897	4,198	0,000

Berdasarkan hasil uji t, literasi keuangan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,329 dengan signifikansi $0,188 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Inklusi keuangan memiliki t_{hitung} 3,831 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Financial technology memiliki t_{hitung} 4,198 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

b. Uji Interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tabel 4. 13 uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
		Beta				
1	(Constant)	11,507	12,399	0,928	0,357	
	Literasi Keuangan	-0,140	0,787	-0,108	0,859	
	<i>locus of control</i> internal	0,088	1,388	0,052	0,949	
	Literasi Keuangan x <i>locus of control</i> internal	0,025	0,086	0,332	0,776	

berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,507 - 0,140 (X_1) + 0,088 (Z_1) + 0,025 (X_1 * Z_1) + \epsilon$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 11,507 menunjukkan bahwa jika literasi keuangan dan *locus of control* internal moderasi konstan atau tetap, maka tingkat perilaku konsumtif diperkirakan sebesar 11,507.
- 2) Nilai koefisien literasi keuangan (β_1) sebesar (-0,140), menunjukkan bahwa ketika literasi keuangan meningkat 1% maka perilaku konsumtif akan turun sebesar (-0,140). Nilai sig. 0,859 menunjukkan bahwa koefisien ini tidak signifikan secara statistik karena $> 0,05$,. literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam model ini.
- 3) Nilai koefisien *locus of control* internal (β_4) sebesar 0,088, mengindikasikan bahwa ketika *locus of control* internal meningkat 1 satuan, maka perilaku konsumtif diperkirakan meningkat sebesar 0,088 satuan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,949 juga menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, sehingga *locus of control* internal tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 4) Nilai koefisien interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* internal (β_5) sebesar 0,025 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* internal sebagai variabel moderasi hanya mempengaruhi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,025 satuan. Akan tetapi, dengan nilai signifikansi 0,776 ($> 0,05$), maka interaksi ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* internal tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* internal sebesar 0,776 (> 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara kedua variabel tersebut tidak signifikan secara statistik, sehingga tidak terdapat efek moderasi dari *locus of control* internal terhadap hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Selain itu, meskipun nilai koefisien interaksi sebesar 0,025 menunjukkan arah hubungan yang positif, artinya secara teoritis *locus of control internal* cenderung memperkuat hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, namun karena nilai signifikansinya tinggi, pengaruh tersebut tidak dapat digeneralisasikan atau diakui secara statistik.

Tabel 4. 14 uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>			<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
			Beta			
1	(<i>Constant</i>)	-2,975	7,818		-0,381	0,705
	Literasi Keuangan	0,528	0,472	0,408	1,118	0,267
	<i>locus of control</i> eksternal	1,338	0,622	1,359	2,151	0,035
	Literasi Keuangan x <i>locus of control</i> eksternal	-0,042	0,037	-0,897	-1,136	0,260
a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif						

Berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -2,975 + 0,528(X_1) + 1,338(Z_2) - 0,042(X_1 \times Z_2) + \epsilon$$

Adapun interpretasi dari masing-masing nilai koefisien regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -2,975 menunjukkan bahwa jika literasi keuangan dan *locus of control* eksternal berada dalam kondisi tetap (konstan) atau bernilai nol, maka tingkat perilaku konsumtif diperkirakan sebesar -2,975. Namun demikian, nilai signifikansi sebesar 0,705 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa konstanta ini tidak signifikan secara statistik, sehingga tidak memberikan pengaruh berarti terhadap model secara keseluruhan.
- 2) Nilai koefisien literasi keuangan (β_1) sebesar 0,528 menunjukkan bahwa ketika literasi keuangan meningkat 1 satuan, maka perilaku konsumtif diperkirakan akan meningkat sebesar 0,528 satuan. Akan tetapi, nilai signifikansi sebesar 0,267 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa koefisien ini tidak signifikan secara statistik, sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam model ini.
- 3) Nilai koefisien *locus of control* eksternal (β_6) sebesar 1,338 mengindikasikan bahwa ketika *locus of control* eksternal meningkat 1 satuan, maka perilaku konsumtif diperkirakan meningkat sebesar 1,338 satuan. Nilai signifikansi sebesar 0,035 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* eksternal berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Individu yang memiliki *locus of control* eksternal tinggi cenderung lebih konsumtif.
- 4) Nilai koefisien interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* eksternal (β_7) sebesar -0,042 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* eksternal

sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Namun, dengan nilai signifikansi sebesar 0,260 ($> 0,05$), interaksi ini tidak signifikan secara statistik. Artinya, *locus of control eksternal* tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* eksternal sebesar 0,260, yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara kedua variabel tersebut tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* eksternal tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Meskipun nilai koefisien interaksi sebesar -0,042 menunjukkan adanya arah hubungan negatif, yang secara teoritis dapat diartikan bahwa *locus of control eksternal* cenderung memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, namun karena signifikansinya tinggi, maka pengaruh tersebut tidak dapat diandalkan secara statistik dan tidak memiliki implikasi praktis dalam model ini.

Tabel 4. 15 uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
		Beta				
1	(Constant)	13,770	9,001	1,530	0,131	
	Inklusi Keuangan	-0,270	0,612	-0,218	0,660	

<i>locus of control internal</i>	-0,792	0,996	-0,471	-0,795	0,429
Inklusi Keuangan x <i>locus of control internal</i>	0,081	0,067	1,007	1,215	0,229

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 13,770 - 0,270(X_2) - 0,792(Z_1) + 0,081(X_2 \times Z_1) + \varepsilon$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 13,770 menunjukkan bahwa jika inklusi keuangan dan *locus of control internal* bernilai nol atau tetap, maka tingkat perilaku konsumtif diperkirakan sebesar 13,770. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,131 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa nilai ini tidak signifikan secara statistik.
- 2) Nilai koefisien inklusi keuangan (β_2) sebesar (-0,270) menunjukkan bahwa ketika inklusi keuangan meningkat 1 satuan, maka perilaku konsumtif diperkirakan akan menurun sebesar 0,270 satuan. Akan tetapi, dengan nilai signifikansi sebesar 0,660 ($> 0,05$), pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa inklusi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam model ini.
- 3) Nilai koefisien *locus of control internal* (β_4) sebesar -0,792 menunjukkan bahwa peningkatan *locus of control internal* sebesar 1 satuan diperkirakan menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,792 satuan. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,429 ($> 0,05$) juga menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan, sehingga *locus of control internal* tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4) Nilai koefisien interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control internal* (β_8) sebesar 0,081 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control internal* sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,081 satuan. Namun, dengan nilai signifikansi sebesar 0,229 ($> 0,05$), maka pengaruh interaksi ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control internal* tidak memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control internal* sebesar 0,229, yang berarti lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control internal* tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, *locus of control internal* tidak memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Meskipun koefisien interaksi bernilai positif sebesar 0,081, yang secara teoritis mengindikasikan adanya potensi penguatan hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif oleh *locus of control internal*, namun karena tidak signifikan secara statistik, maka pengaruh tersebut tidak memiliki implikasi yang kuat dalam model ini.

Tabel 4. 16 uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

<i>Coefficients</i>			
<i>Model</i>	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>

		Beta				
1	(Constant)	-8,145	7,932		-1,027	0,308
	Inklusi Keuangan	0,914	0,490	0,737	1,866	0,066
	<i>locus of control</i> eksternal	1,621	0,683	1,646	2,373	0,020
	Inklusi Keuangan x <i>locus of control</i> eksternal	-0,063	0,041	-1,437	-1,546	0,127
a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif						

Berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -8,145 + 0,914(X_2) + 1,621(Z_2) - 0,063(X_2 \times Z_2) + \varepsilon$$

- 1) Nilai konstanta sebesar -8,145 menunjukkan bahwa apabila inklusi keuangan dan *locus of control* eksternal bernilai nol, maka perilaku konsumtif diperkirakan sebesar -8,145. Namun, nilai signifikansi 0,308 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa konstanta ini tidak signifikan secara statistik.
- 2) Koefisien inklusi keuangan (β_2) sebesar 0,914 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan inklusi keuangan sebesar satu satuan diperkirakan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,914 satuan. Nilai signifikansi 0,066 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik pada level 5%, tetapi mendekati signifikan dan dapat dianggap berpengaruh pada level signifikansi 10%.
- 3) Koefisien *locus of control* eksternal (β) sebesar 1,621 menunjukkan bahwa ketika *locus of control* eksternal meningkat satu satuan, perilaku konsumtif diperkirakan meningkat sebesar 1,621 satuan. Nilai signifikansi 0,020 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, sehingga dapat

disimpulkan bahwa *locus of control* eksternal memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

- 4) Koefisien interaksi inklusi keuangan $\times$ *locus of control* eksternal (β_9) sebesar -0,063 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* eksternal memperlemah hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif. Namun, dengan nilai signifikansi 0,127 ($> 0,05$), pengaruh moderasi ini tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, *locus of control* eksternal tidak memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control* eksternal adalah sebesar 0,127, yang berarti lebih besar dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control* eksternal tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *locus of control* eksternal tidak berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan dalam hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif.

Tabel 4. 17 Moderated Regression Analysis (MRA)

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>Beta</i>			
1	(Constant)			8,589	7,229
	<i>financial technology</i>	0,139	0,586	0,237	0,813
	<i>locus of control internal</i>	0,007	0,789	0,004	0,993

<i>financial technology</i> x <i>locus of control</i> internal	0,0270,063	0,363	0,438	0,662
--	------------	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = 8,589 + 0,139(X_3) + 0,007(Z_1) + 0,027(X_3 \times Z_1) + \varepsilon$$

- 1) Nilai konstanta sebesar 8,589 menunjukkan bahwa jika *financial technology* dan *locus of control* internal bernilai nol, maka perilaku konsumtif diperkirakan sebesar 8,589. Namun, nilai signifikansi 0,239 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa konstanta ini tidak signifikan secara statistik.
- 2) Koefisien *financial technology* (β_3) sebesar 0,139 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *financial technology* sebesar satu satuan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,139 satuan. Namun, nilai signifikansi 0,813 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, sehingga *financial technology* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 3) Koefisien *locus of control* internal (β_4) sebesar 0,007 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *locus of control* internal sebesar satu satuan hanya akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,007 satuan. Nilai signifikansi 0,993 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa pengaruh ini juga tidak signifikan secara statistik.
- 4) Koefisien interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* internal (β_{10}) sebesar 0,027 menunjukkan bahwa *locus of control* internal secara teoritis memperkuat pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif.

Namun, nilai signifikansi 0,662 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* internal tidak memoderasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi variabel interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* internal adalah sebesar 0,662, yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* internal tidak signifikan secara statistik.

Tabel 4. 18 uji interaksi *Moderated Regression Analysis* (MRA)

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	
1	(Constant)	-5,301	5,713		-0,928	0,357
	<i>financial technology</i>	0,798	0,394	0,796	2,027	0,046
	<i>locus of control</i> eksternal	1,519	0,498	1,542	3,052	0,003
	<i>financial technology</i> x <i>locus of control</i> eksternal	-0,061	0,032	-1,497	-1,905	0,061

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian maka nilai pada model regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = -5,301 + 0,798(X_3) + 1,519(Z) - 0,061(X_3 \times Z_2) + \varepsilon$$

- 1) Konstanta sebesar -5,301 menunjukkan bahwa ketika variabel *financial technology* dan *locus of control* eksternal bernilai nol, maka nilai perilaku konsumtif diperkirakan sebesar -5,301. Namun, nilai signifikansi sebesar 0,357 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa nilai konstanta ini tidak signifikan secara statistik.
- 2) Koefisien *financial technology* (β_3) sebesar 0,798, dengan nilai signifikansi 0,046 ($< 0,05$), menunjukkan bahwa penggunaan *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi pemanfaatan *financial technology*, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif.
- 3) Koefisien *locus of control* eksternal (β_4) sebesar 1,519, dengan nilai signifikansi 0,003 ($< 0,05$), berarti *locus of control* eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi *locus of control* eksternal seseorang (yakni cenderung menyalahkan faktor luar), maka semakin besar pula kecenderungannya untuk berperilaku konsumtif.
- 4) Koefisien interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* eksternal (β_{11}) sebesar -0,061, menunjukkan arah hubungan negatif, artinya *locus of control* eksternal memperlemah pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Namun, nilai signifikansi 0,061 sedikit di atas ambang 0,05, sehingga interaksi ini tidak signifikan secara statistik.

Berdasarkan tabel 4.19, nilai signifikansi variabel interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* eksternal adalah sebesar 0,061, yang berarti lebih besar dari 0,05 namun mendekati batas signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa

interaksi tersebut tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%, sehingga *locus of control* eksternal tidak secara signifikan memoderasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif.

c. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4. 19 hasil uji Determinasi (R^2)

Hipotesis	R^2
H1	0,024
H2	0,169
H3	0,197
H4	0,098
H5	0,434
H6	0,239
H7	0,459
H8	0,238
H9	0,445

Berdasarkan hasil uji R^2 :

- 1) Nilai R^2 (0,024): Nilai R^2 yang sebesar 0,024 menunjukkan bahwa hanya 2,4% variasi dalam perilaku konsumtif (variabel Y) dapat dijelaskan oleh literasi keuangan (X1). Artinya, faktor literasi keuangan hanya sedikit mempengaruhi perilaku konsumtif, dengan mayoritas variasi perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur dalam model ini.
- 2) Nilai R^2 sebesar 0,169 menunjukkan bahwa 16,9% variasi dalam perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan (X2). Artinya, inklusi

keuangan memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam menjelaskan perilaku konsumtif, meskipun masih ada sekitar 83,1% variasi perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur dalam model ini.

- 3) Nilai R^2 sebesar 0,197 menunjukkan bahwa 19,7% variasi dalam perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh *financial technology* (X3). Artinya *financial technology (fintech)* memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumtif, meskipun masih ada sekitar 80,3% variasi perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model ini.
- 4) Nilai R^2 sebesar 0,098 menunjukkan bahwa 9,8% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *locus of control* internal, dan interaksi antara keduanya, sementara sisanya sebesar 90,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
- 5) Nilai R^2 sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *locus of control* eksternal, dan interaksi antara keduanya, sedangkan sisanya sebesar 56,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
- 6) Nilai R^2 sebesar 0,239, menunjukkan bahwa 23,9% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan, *locus of control* internal, dan interaksi antara keduanya, sementara 76,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.
- 7) Nilai R^2 sebesar 0,459 menunjukkan bahwa 45,9% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan, *locus of control* eksternal, dan

interaksi antara keduanya, sementara 54,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

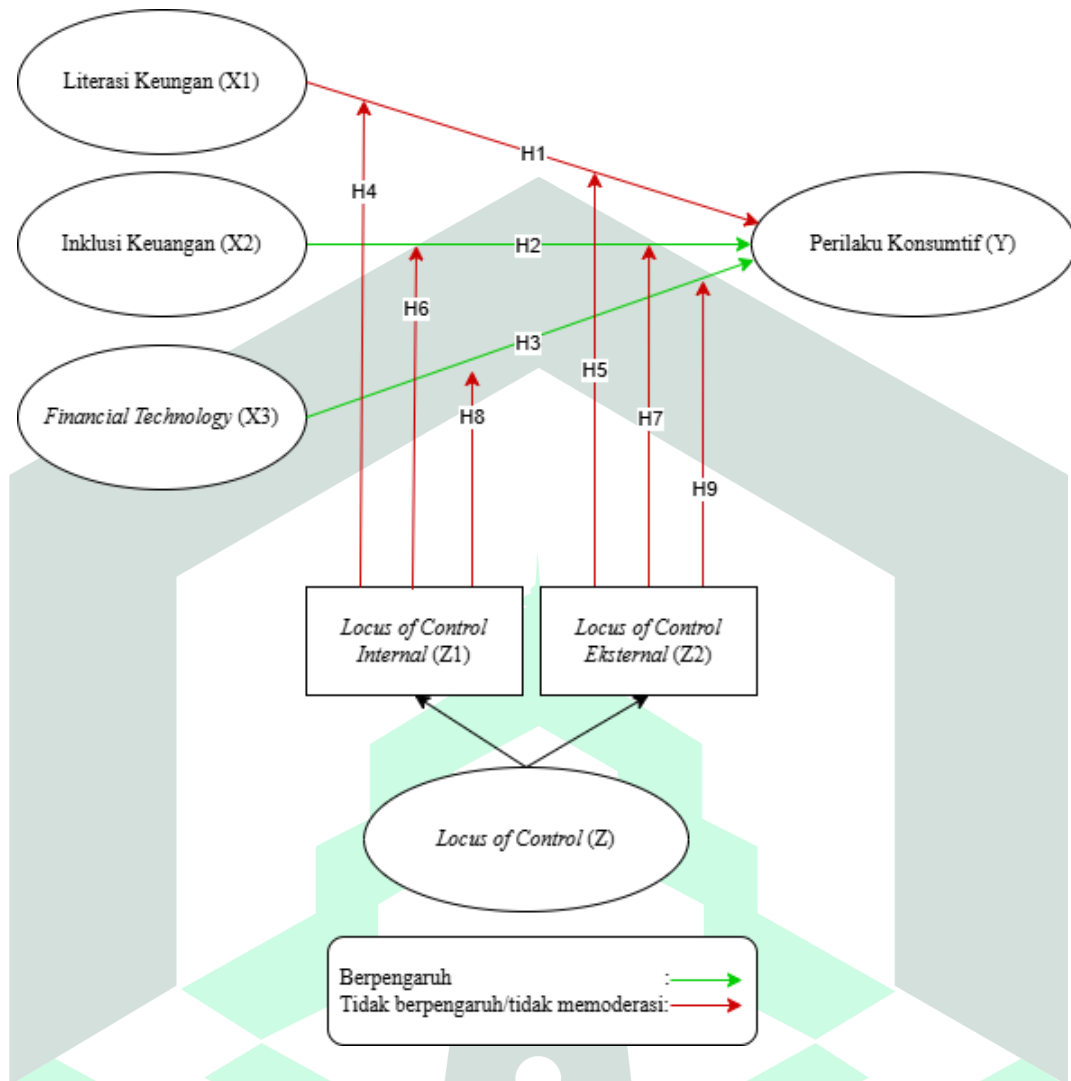
8) Nilai R^2 sebesar 0,238 menunjukkan bahwa 23,8% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh *financial technology*, *locus of control* internal, serta interaksi antara keduanya, sedangkan 76,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

9) Nilai R^2 sebesar 0,455 menunjukkan bahwa 45,5% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh *financial technology*, *locus of control* eksternal, serta interaksi antara keduanya, sementara 54,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

B. Pembahasan

Pada penelitian ini yang menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online kepada mahasiswa FEBI UIN PALOPO angkatan 2021. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan aplikasi SPSS vers 26. Berikut hasil uji hipotesis dalam bentuk gambar:

Gambar 3. 1 Hasil uji signifikansi secara parsial maupun interaksi moderasi



Adapun hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 diduga literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t menunjukkan nilai literasi keuangan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,329 dengan signifikansi $0,188 > 0,05$, sehingga H_1 ditolak dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku

konsumtif. Hasil ini memperlihatkan bahwa peningkatan literasi keuangan belum tentu diikuti oleh penurunan perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa yang berada dalam tahap perkembangan psikososial dan sosial yang sangat dinamis. Kemudian nilai R^2 sebesar 0,024 menunjukkan bahwa hanya 2,4% variasi dalam perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh literasi keuangan (X1). Sebaliknya, sebesar 97,6% variasi dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

Selanjutnya, penelitian Dewi Wulandari et al., menemukan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa lebih besar dibandingkan dengan pengaruh literasi keuangan. Dalam era digital saat ini, mahasiswa lebih sering terpapar pada konten gaya hidup konsumtif melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang memperlihatkan standar hidup tinggi dan konsumsi berlebihan sebagai bentuk eksistensi sosial. Eksposur ini secara tidak langsung membentuk persepsi dan perilaku konsumtif, bahkan pada individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik.

Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui teori *Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen, yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh intensi, dan intensi tersebut dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Literasi keuangan dapat berkontribusi terhadap *perceived behavioral control*, namun apabila sikap dan norma sosial mahasiswa cenderung mendukung konsumsi berlebihan, maka pengaruh literasi akan menjadi lemah. Hal ini menunjukkan pentingnya memahami dinamika psikologis dan sosial dalam mengendalikan perilaku konsumtif, bukan hanya fokus pada aspek kognitif seperti pengetahuan finansial.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Rizka Azimatul Oktaviana dan Edi Wibowo yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna iPhone di Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Meskipun mahasiswa memahami prinsip-prinsip pengelolaan keuangan, faktor gaya hidup, media sosial, dan dorongan lingkungan sosial tetap menjadi pendorong utama perilaku konsumtif, sehingga pemahaman keuangan tidak secara langsung mengubah perilaku tersebut. Beberapa penelitian menegaskan hal ini. Misalnya, penelitian oleh Dewi Wulandari et al. menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena meskipun mahasiswa memahami prinsip keuangan, mereka tetap terdorong untuk melakukan konsumsi berlebihan akibat pengaruh media sosial dan tren gaya hidup.⁷¹ Temuan serupa juga dilaporkan oleh Nio dan Anwar, serta Jenanu et al. yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mampu mengimbangi kekuatan norma sosial dan godaan konsumsi yang dibentuk oleh lingkungan digital. Hal ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), di mana literasi keuangan hanya memengaruhi aspek *perceived behavioral control*, namun jika sikap dan norma subjektif mahasiswa mendukung konsumsi, maka pengaruh literasi menjadi lemah. Oleh karena itu, literasi keuangan perlu dikembangkan tidak hanya sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga melalui pembentukan sikap dan nilai-nilai pengendalian diri, agar

⁷¹ Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, dan Agus Suyatno, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta," *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 3 (2024): 230–39, <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1155>.

mahasiswa mampu menerapkan pemahaman keuangan secara konsisten dalam keputusan konsumtif mereka.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumen bahwa pendekatan untuk mengurangi perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dilakukan hanya melalui peningkatan literasi keuangan semata. Diperlukan intervensi yang bersifat komprehensif dan integratif, seperti pembentukan karakter finansial, edukasi melalui media sosial yang lebih konstruktif, serta penciptaan lingkungan kampus yang mendukung nilai-nilai konsumsi yang bijak.

2. Hipotesis 2 diduga Inklusi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Berdasarkan hasil analisis pada uji t menunjukkan nilai Inklusi keuangan memiliki t_{hitung} 3,831 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya inklusi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai R^2 sebesar 0,169 menunjukkan bahwa 16,9% variasi dalam perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan (X_2). Artinya, inklusi keuangan memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam menjelaskan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo. Artinya, ketika mahasiswa memiliki akses yang lebih luas terhadap produk dan layanan keuangan formal seperti tabungan, kartu ATM, rekening giro, atau pinjaman mereka cenderung memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan konsumsi.

Akses ini memungkinkan mahasiswa merasa lebih leluasa dalam mengelola dan membelanjakan uang, meskipun belum tentu memiliki kemampuan pengelolaan yang baik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Musliyanti et al. yang menunjukkan bahwa inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas keuangan mahasiswa, di mana kemudahan akses terhadap layanan keuangan formal mendorong meningkatnya intensitas transaksi.⁷² Meskipun fokus penelitian tersebut pada perilaku menabung, hasilnya mengindikasikan bahwa inklusi keuangan juga dapat memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif. Hal serupa disampaikan oleh Clarecia dan Suardana, yang menemukan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital mendorong mahasiswa di Denpasar untuk berbelanja secara impulsif maupun terencana. Kedua penelitian ini mendukung hasil penelitian ini bahwa semakin mudah akses mahasiswa terhadap layanan keuangan, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi yang intensif.

Banyak mahasiswa kini telah memiliki rekening di bank sejak awal masuk kuliah. Beberapa bahkan difasilitasi oleh orang tua untuk menerima kiriman uang bulanan melalui rekening tersebut. Dengan kemudahan tarik tunai dan akses terhadap saldo yang tersedia, mahasiswa menjadi lebih bebas dalam membelanjakan uangnya untuk kebutuhan maupun keinginan. Hal ini menunjukkan

⁷² M, Akob, dan Rumianti, "Pengaku Menabung Peningkatan Pendapatan dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku menabung (studi kasus mahasiswa STIEM Bongaya)."

bahwa akses ke layanan keuangan formal saja, tanpa keterampilan pengelolaan keuangan, dapat meningkatkan perilaku konsumtif secara nyata.

Meskipun inklusi keuangan memberi kesempatan untuk menabung dan merencanakan keuangan dengan lebih baik, kenyataannya banyak mahasiswa justru tidak memanfaatkan fasilitas tersebut secara produktif. Tabungan seringkali hanya menjadi tempat transit uang bulanan sebelum digunakan seluruhnya. Minimnya kebiasaan menyisihkan dana untuk kebutuhan jangka panjang menunjukkan bahwa inklusi keuangan belum sepenuhnya diiringi oleh kesadaran dan perilaku finansial yang sehat.

Adanya fenomena *accessibility bias* yakni kemudahan akses terhadap berbagai produk keuangan dan layanan menciptakan ilusi kemudahan dan kenyamanan yang memicu perilaku impulsif. Faktor lain yang turut memperkuat hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif adalah lingkungan sosial mahasiswa itu sendiri. Misalnya, adanya tekanan untuk tampil menarik, mengikuti tren gaya hidup, atau sekadar mengikuti kebiasaan teman sebaya dalam hal konsumsi. Ketika mahasiswa memiliki akses ke dana melalui rekening atau pinjaman dari lembaga keuangan, dorongan konsumtif ini menjadi lebih mudah diwujudkan. Ini menunjukkan bahwa inklusi keuangan dapat menjadi pedang bermata dua: bermanfaat, namun juga berisiko jika tidak dikontrol.

3. Hipotesis 3 diduga *Financial technology* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo

Berdasarkan hasil analisis pada *Financial technology* memiliki t_{hitung} 4,198 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya *financial technology* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai R^2 sebesar 0,197 menunjukkan bahwa 19,7% variasi dalam perilaku konsumtif (Y) dapat dijelaskan oleh *financial technology (fintech)* (X3). Artinya *financial technology (fintech)* memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Finanacial technology menghadirkan kemudahan akses ke layanan keuangan seperti dompet digital, *paylater*, hingga pinjaman daring yang bisa digunakan secara instan tanpa banyak persyaratan administratif. Mahasiswa yang sering menggunakan *fintech* cenderung melakukan transaksi dengan lebih impulsif karena proses pembelian yang cepat dan tidak memerlukan uang fisik. Seperti dijelaskan dalam *Theory of Intertemporal Choice* oleh Fisher dan dikembangkan oleh Hall, ketika seseorang memiliki akses ke alat pembayaran yang memungkinkan konsumsi sekarang dengan pembayaran di masa depan, maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif akan meningkat. Dalam hal mahasiswa, fitur *paylater* dan kredit digital menawarkan “ilusi kepemilikan daya beli” yang belum tentu sesuai dengan kondisi finansial mereka.

Fitriani dan afrizal dalam penelitiannya yang berjudul *use of cashless payment and its implications for impulsive buying*, menemukan bahwa kemudahan

dalam melakukan transaksi non tunai (*cashless payment*) seperti penggunaan e-wallet atau dompet digital berperan besar dalam mempercepat proses pengambilan keputusan belanja, bahkan tanpa perencanaan sebelumnya. Fitur seperti promo, cashback dan kemudahan klik satukali membuat individu lebih mudah tergoda untuk berbelanja secara impulsif.⁷³

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *financial technology* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun pengaruhnya dapat berbeda tergantung aspek yang dominan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rasbi et al. di UIN Palopo yang menemukan bahwa keamanan dalam penggunaan dompet digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara kemudahan dan diskon tidak berpengaruh secara parsial.⁷⁴ Ini menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti rasa aman saat bertransaksi dapat menjadi pemicu perilaku konsumtif, terutama ketika teknologi keuangan memfasilitasi kenyamanan bertransaksi. Dengan demikian, keamanan sebagai dimensi dari *fintech* dapat menjadi salah satu faktor kunci yang perlu diperhatikan dalam mengendalikan konsumsi digital di kalangan mahasiswa.

Penelitian sebelumnya mendukung temuan ini Studi oleh Kuswanto et al. menemukan bahwa penggunaan *fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Jambi.⁷⁵ Hal serupa disampaikan oleh

⁷³ Yogi Hady Afrizal, "Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying : Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E- Commerce," n.d., 94–113.

⁷⁴ Muh Rasbi et al., "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana lain Palopo," *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2, <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.

⁷⁵ Kuswanto Kuswanto, Sepha Aryanti, dan Hidayatul Arief, "Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal*

Wardani di Universitas Medan Area, yang menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna aplikasi belanja online dan dompet digital lebih cenderung melakukan pembelian impulsif. Sementara itu, Al Farisyi menekankan bahwa *fintech* saja belum cukup untuk menyebabkan konsumsi berlebih, tetapi dalam kombinasi dengan literasi keuangan yang rendah dan tekanan sosial, *fintech* dapat memperkuat kecenderungan konsumtif mahasiswa.

Meskipun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi, hal tersebut belum tentu secara otomatis mampu menekan perilaku konsumtif, terutama jika di saat yang sama mereka juga memiliki akses yang luas terhadap layanan keuangan formal (inklusi keuangan) dan penggunaan *fintech* yang sangat praktis. Dalam hal ini, literasi keuangan menjadi kurang optimal, karena adanya ketidakseimbangan antara pengetahuan finansial dan kontrol perilaku aktual dalam lingkungan digital yang konsumtif.

Persepsi seseorang tentang kemampuannya mengendalikan perilaku belum tentu berujung pada perilaku yang terkontrol jika lingkungan atau stimulus eksternal terlalu kuat. Dalam hal ini, meskipun mahasiswa memahami pentingnya mengelola keuangan (karena literasi tinggi), kemudahan akses transaksi melalui *fintech* (seperti e-wallet, *paylater*, cicilan instan) dan dukungan dari sistem keuangan formal tetap dapat mendorong konsumsi impulsif karena fitur *fintech* yang sangat instan dengan didorong emosional lebih dominan daripada

pertimbangan rasional.⁷⁶ Minimnya hambatan psikologis untuk bertransaksi dengan tidak menggunakan uang fisik menjadi salah satu penyebab karena transaksi lebih ringan, mudah dan tidak menyakitkan secara psikologis. penggunaan uang non-tunai melemahkan kendali diri dan meningkatkan potensi perilaku konsumtif. Literasi keuangan bersifat kognitif, sedangkan konsumsi juga bersifat afektif, literasi keuangan lebih menekankan pada aspek pengetahuan dan pemahaman, sementara perilaku konsumsi banyak dipengaruhi oleh emosi, impuls, dan pengaruh sosial. Sehingga, pemahaman yang tinggi tidak selalu diterjemahkan ke dalam tindakan yang tepat, terutama ketika lingkungan mendukung konsumsi berlebih.

4. Hipotesis 4 diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo

Berdasarkan hasil uji MRA Nilai koefisien interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control* internal sebesar 0,025 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* internal sebagai variabel moderasi hanya mempengaruhi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,025 satuan. Akan tetapi, dengan nilai signifikansi 0,776 ($> 0,05$), maka interaksi ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* internal tidak memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan. Artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

Nilai R^2 sebesar 0,098 menunjukkan bahwa 9,8% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *locus of control* internal, dan

⁷⁶ Hanivah Oktaviana dan Seto Satriyo Bayu Aji, "How Financial Literacy Shapes Impulsive 'Paylater' Buying Among Yogyakarta Students," *InCAF: Proceeding of International Conference on Accounting and Finance* 3, no. 1dc (2025): 209–24.

interaksi antara keduanya, sementara sisanya sebesar 90,2% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Hal ini menjadi indikasi bahwa meskipun seorang mahasiswa memiliki pemahaman finansial yang baik (literasi keuangan tinggi), hal tersebut belum tentu berujung pada perilaku konsumtif yang lebih terkendali terutama jika kendali internal mereka terhadap keputusan hidup belum cukup kuat atau belum berkembang optimal.

Secara teori, *Locus of control* menjelaskan bahwa individu dengan *locus of control* internal percaya bahwa hasil yang mereka alami berasal dari usaha dan keputusan pribadi, sedangkan mereka dengan locus eksternal cenderung menyalahkan faktor di luar diri, seperti keberuntungan atau nasib. Dalam perilaku konsumtif, seseorang dengan *locus of control* internal yang kuat seharusnya lebih mampu menahan godaan konsumsi yang tidak perlu, karena mereka merasa bertanggung jawab atas konsekuensi dari tindakan finansialnya. Namun pada mahasiswa, kemampuan ini dapat terganggu oleh berbagai tekanan sosial, tuntutan gaya hidup, serta kurangnya pengalaman pengelolaan uang nyata. Ini menjelaskan mengapa *locus of control* internal tidak cukup kuat untuk memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *locus of control* internal tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemahaman finansial yang baik belum tentu dapat diimplementasikan dalam perilaku nyata apabila mahasiswa tidak memiliki kendali internal yang kuat terhadap keputusan-keputusan keuangannya. Namun, bahkan jika *locus of control* internal tinggi, tidak menjamin

bahwa individu akan mampu sepenuhnya mengontrol dorongan konsumtif, terutama dalam hal mahasiswa yang rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial dan perkembangan teknologi digital.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Dilasari, Mulyati & Kurniawan yang menyatakan bahwa *locus of control* tidak menunjukkan peran moderasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.⁷⁷ Mereka menjelaskan bahwa pengaruh dominan lingkungan eksternal, seperti promosi digital dan tekanan sosial, menjadikan kendali internal individu tidak cukup kuat dalam memengaruhi perilaku konsumsi.

Kondisi ini mencerminkan realitas mahasiswa FEBI UIN Palopo yang kemungkinan belum sepenuhnya memiliki pengalaman mengelola keuangan secara mandiri. Mereka masih dalam fase adaptasi terhadap pengambilan keputusan finansial dan menghadapi berbagai tekanan dari lingkungan sosial, gaya hidup, serta kemudahan akses terhadap e-commerce dan digital payment. Faktor-faktor tersebut bisa mengaburkan peran *locus of control* internal sebagai penguat hubungan antara pengetahuan finansial dengan perilaku aktual.

5. Hipotesis 5 diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo

Berdasarkan hasil uji MRA Nilai koefisien interaksi antara literasi keuangan dan *locus of control eksternal* sebesar -0,042 menunjukkan bahwa keberadaan *locus*

⁷⁷ Dilasari Dilasari, Sri Mulyati, dan Asep Kurniawan, "Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang," *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)* 2, no. 02 (2021): 56–77, <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>.

of control eksternal sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Namun, dengan nilai signifikansi sebesar 0,260 ($> 0,05$), interaksi ini tidak signifikan secara statistik. Artinya, *locus of control eksternal* tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Nilai R^2 sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *locus of control* eksternal, dan interaksi antara keduanya, sedangkan sisanya sebesar 56,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Hasil ini mengindikasikan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kekuatan eksternal, seperti keberuntungan, nasib, atau peran orang lain, tidak cukup kuat untuk mengubah hubungan antara pengetahuan keuangan yang dimiliki dengan perilaku konsumtif yang dilakukan.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior*, perilaku individu dipengaruhi oleh tiga komponen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*. Literasi keuangan berperan dalam memperkuat *perceived behavioral control*, yakni sejauh mana individu merasa mampu mengontrol tindakan finansialnya. Namun, pada individu dengan *locus of control* eksternal tinggi, kontrol perilaku yang dipersepsikan ini cenderung lemah. Mereka lebih percaya bahwa kondisi keuangan ditentukan oleh faktor di luar kendali mereka, sehingga pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak serta merta diimplementasikan dalam bentuk perilaku konsumtif yang bijak.

Namun demikian, terdapat penelitian yang menunjukkan hasil berbeda. Anggraeni menemukan bahwa *locus of control* eksternal berpengaruh secara positif

dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa pengguna Shopee *PayLater*. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa dengan locus eksternal tinggi cenderung lebih konsumtif, dan hal ini dapat memperkuat hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Perbedaan hasil penelitian ini dapat disebabkan oleh karakteristik responden dan hal sosial yang berbeda. Tingginya ketergantungan mahasiswa terhadap pendapatan dari orang tua, sebagaimana ditunjukkan oleh data bahwa 72% responden bergantung penuh pada kiriman orang tua, juga memperkuat posisi *locus of control* eksternal. Mahasiswa cenderung merasa bahwa kondisi keuangannya bukan berasal dari usahanya sendiri, tetapi dari pihak lain. Kondisi ini membuat mereka lebih rentan terhadap tekanan sosial dan konsumsi impulsif, karena tidak merasa harus bertanggung jawab secara penuh atas pengelolaan keuangan tersebut.

Dengan demikian, walaupun mahasiswa memiliki pemahaman finansial yang cukup baik, hal tersebut tidak serta-merta diikuti oleh perilaku konsumtif yang terkendali apabila *locus of control* eksternal masih dominan.

6. Hipotesis 6 Diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Berasarkan hasil uji MRA, koefisien interaksi antara inklusi keuangan dan *locus of control* internal sebesar 0,081 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* internal sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,081 satuan. Namun, dengan nilai signifikansi sebesar 0,229 ($> 0,05$), maka pengaruh interaksi ini tidak signifikan secara statistik,

sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* internal tidak memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,239, menunjukkan bahwa 23,9% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan, *locus of control* internal, dan interaksi antara keduanya, sementara 76,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki kendali internal terhadap perilaku dan keputusan keuangan mereka (*locus of control* internal tinggi), hal tersebut tidak secara nyata memperkuat atau memperlemah pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, mahasiswa yang memiliki akses terhadap layanan keuangan (seperti tabungan, *e-wallet*, dan kartu debit) tetap menunjukkan kecenderungan konsumtif, terlepas dari tingkat *locus of control internal* mereka. Hal ini bisa disebabkan oleh karakteristik mahasiswa sebagai kelompok usia muda yang masih berada dalam tahap eksplorasi gaya hidup dan sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial serta tren konsumsi.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,239 juga mendukung temuan ini, di mana hanya 23,9% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel inklusi keuangan, *locus of control* internal, dan interaksi antara keduanya. Sisanya, sebesar 76,1%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model. Kondisi ini dapat dijelaskan oleh karakteristik mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda yang masih berada dalam tahap eksplorasi identitas dan gaya hidup, di mana pengaruh eksternal seperti media sosial, promosi digital, dan tekanan lingkungan sosial lebih dominan dibandingkan kontrol internal pribadi.

Dalam penelitian ini mahasiswa berada dalam posisi keuangan yang belum sepenuhnya mandiri, sehingga kontrol terhadap pengelolaan keuangan juga cenderung belum terbentuk secara optimal. Hal ini memperkuat dugaan bahwa meskipun mahasiswa memiliki *locus of control internal* dalam tingkat tertentu (yaitu merasa mampu mengendalikan pengeluaran), kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa mereka tetap memanfaatkan akses terhadap layanan keuangan (seperti e-wallet, *mobile banking*, atau kartu debit) untuk memenuhi kebutuhan konsumtif, terlepas dari tingkat kontrol internal yang mereka miliki.

7. Hipotesis 7 Diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Berdasarkan hasil uji MRA koefisien interaksi inklusi keuangan $\times$ *locus of control* eksternal sebesar -0,063 menunjukkan bahwa keberadaan *locus of control* eksternal memperlemah hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif. Namun, dengan nilai signifikansi 0,127 ($> 0,05$), pengaruh moderasi ini tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, *locus of control* eksternal tidak memoderasi pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,459 menunjukkan bahwa 45,9% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan sementara 54,1% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun *locus of control* eksternal memiliki potensi untuk memengaruhi hubungan antara akses keuangan dan perilaku

konsumtif, kekuatan pengaruhnya dalam memoderasi masih lemah. Hal ini mungkin terjadi karena individu dengan *locus of control* eksternal cenderung tidak secara aktif mengelola akses keuangan yang dimilikinya. Mereka lebih dipengaruhi oleh faktor luar, seperti lingkungan sosial, promosi, atau tekanan teman sebaya, yang menjadikan mereka lebih pasif dalam memanfaatkan fasilitas inklusi keuangan secara bijak.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Rotter mengenai *locus of control*. Rotter menyatakan bahwa individu dengan *locus of control* eksternal percaya bahwa hasil dari tindakan mereka ditentukan oleh kekuatan eksternal seperti keberuntungan atau nasib. Oleh karena itu, meskipun akses terhadap layanan keuangan (inklusi keuangan) tersedia, individu dengan *locus of control* eksternal tidak merasa memiliki kendali atas pengelolaan keuangan mereka, sehingga tidak mengembangkan perilaku konsumtif yang didorong oleh inklusi keuangan.

Apabila dikaitkan dengan data deskriptif kuesioner, mayoritas responden dalam penelitian ini memperoleh sumber pendapatan utama dari orang tua atau wali. Kondisi ini menunjukkan bahwa mahasiswa FEBI UIN Palopo secara umum belum memiliki kemandirian finansial, dan masih sangat bergantung pada dukungan eksternal dalam hal keuangan. Ketergantungan terhadap pihak lain sebagai sumber pendapatan mencerminkan bahwa *locus of control* eksternal mereka cenderung lebih dominan. Hal ini berarti bahwa mahasiswa lebih cenderung meyakini bahwa kondisi keuangan mereka ditentukan oleh faktor luar, bukan hasil dari usaha atau kendali pribadi. Oleh karena itu, ketika mereka memperoleh akses

terhadap layanan keuangan formal (inklusi keuangan), mereka tidak secara aktif mengelola akses tersebut secara rasional, tetapi lebih dipengaruhi oleh kondisi atau tekanan eksternal seperti diskon, tren, atau gaya hidup kelompok sebaya.

Hasil ini juga konsisten dengan penelitian Amirulloh et al., yang menemukan bahwa meskipun *locus of control* dan gaya hidup konsumtif masing-masing berpengaruh terhadap niat membeli, interaksi keduanya tidak signifikan. Artinya, *locus of control* belum cukup kuat untuk mengendalikan pengaruh eksternal seperti gaya hidup atau akses keuangan terhadap keputusan konsumtif.

8. Hipotesis 8 Diduga Diduga *Locus of control* internal memoderasi hubungan *Financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Berdasarkan hasil uji MRA Koefisien interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* internal sebesar 0,027 menunjukkan bahwa *locus of control* internal secara teoritis memperkuat pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Namun, nilai signifikansi 0,662 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi ini tidak signifikan secara statistik, sehingga dapat disimpulkan bahwa *locus of control* internal tidak memoderasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif secara signifikan. Yang artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal tinggi dan aktif menggunakan layanan *fintech* berpotensi memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi karena mereka merasa percaya diri dan yakin dapat mengontrol pengeluaran mereka melalui kemudahan teknologi keuangan.

Namun demikian, karena nilai signifikansi melebihi 0,05, maka efek moderasi tersebut tidak signifikan secara statistik. Hal ini berarti bahwa *locus of control* internal tidak terbukti memoderasi secara signifikan hubungan antara penggunaan *financial technology* dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo. Dengan kata lain, baik rendah atau tingginya *locus of control* internal tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam mempengaruhi seberapa besar *fintech* mendorong perilaku konsumtif.

Secara teoretis, *locus of control* internal merujuk pada kepercayaan seseorang bahwa dirinya memiliki kontrol atas nasib dan hasil dari tindakan yang dilakukannya (Rotter, 1966). Individu dengan *locus of control* internal cenderung bertindak lebih rasional, hati-hati, dan bertanggung jawab dalam mengambil keputusan, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, secara logis, mereka semestinya dapat memanfaatkan teknologi keuangan secara bijak.

Sejalan dengan temuan pada penelitian Clarecia B. yang menunjukkan bahwa menunjukkan bahwa *locus of control* tidak secara signifikan memoderasi hubungan antara penggunaan e-wallet (*fintech*) dan perilaku keuangan pada generasi Z. Meskipun secara teoritis individu dengan *locus of control* internal diyakini lebih mampu mengendalikan perilaku keuangan mereka, hasil empiris Clarecia mengindikasikan bahwa keyakinan tersebut tidak terbukti secara statistik. Artinya, tingkat kepercayaan diri seseorang dalam mengontrol keuangannya tidak selalu berdampak pada cara mereka merespons kemudahan layanan *fintech*.⁷⁸

⁷⁸ Reni Hariyani, "Pengaruh *Financial technology* , Locus of Control , dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa" 22, no. 1 (2024).

Secara teori mahasiswa yang memiliki *locus of control* internal tinggi dianggap mampu mengendalikan perilaku konsumtif karena merasa percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan, dalam praktiknya tidak ada perbedaan signifikan antara mereka yang memiliki locus tinggi dan rendah. Kedua hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, seperti literasi keuangan, kontrol impulsif, atau pengaruh sosial.

9. Hipotesis 9 Diduga Diduga *Locus of control* eksternal memoderasi hubungan *Financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo.

Koefisien interaksi antara *financial technology* dan *locus of control* eksternal sebesar -0,061, menunjukkan arah hubungan negatif, artinya *locus of control* eksternal memperlemah pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Namun, nilai signifikansi 0,061 sedikit di atas ambang 0,05, sehingga interaksi ini tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga *locus of control* tidak mampu memoderasi hubungan *financial technology*. Nilai R^2 sebesar 0,455 menunjukkan bahwa 45,5% variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh *financial technology*, *locus of control* eksternal, serta interaksi antara keduanya, sementara 54,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Berdasarkan hasil diatas ditemukan bahwa dengan adanya *locus of control* intrnal mmeperlemah hubungan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif

yang artinya individu dengan *locus of control* eksternal yang tinggi cenderung tidak terlalu terdorong untuk berperilaku konsumtif meskipun memiliki akses terhadap *financial technology*. Artinya, mereka meyakini bahwa hal-hal di luar kendali mereka seperti keberuntungan, nasib, atau bantuan orang lain lebih menentukan kondisi keuangan mereka dibandingkan keputusan pribadi. Meskipun *financial technology* menawarkan kemudahan transaksi, pinjaman cepat, atau fitur belanja daring yang dapat memicu perilaku konsumtif, individu dengan *locus of control* eksternal tinggi cenderung tidak memanfaatkan kemudahan tersebut secara impulsif karena mereka tidak merasa memiliki kontrol penuh atas konsekuensinya.

Temuan ini di dukung oleh teori Rotter, individu dengan *locus of control* eksternal cenderung merasa bahwa kondisi keuangan mereka tidak sepenuhnya berada dalam kendali pribadi. Oleh karena itu, meskipun *fintech* menyediakan kemudahan akses untuk konsumsi, mereka tidak terlalu terdorong untuk berperilaku konsumtif secara impulsif karena merasa hasil keuangan bukan sepenuhnya tanggung jawab mereka. Namun demikian, karena nilai signifikansi interaksi sebesar 0,061 masih berada sedikit di atas ambang batas 0,05, secara statistik hubungan ini belum cukup kuat untuk disimpulkan signifikan. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara *fintech* dan *locus of control* eksternal terhadap perilaku konsumtif dalam sampel penelitian ini.

Penelitian ini bertengan dengan penelitian yang dilakukan oleh angraeni yang menemukan bahwa danya hubungan positif dan signifikan antara eksternal

locus of control dengan perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa pengguna Shopee PayLater di Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi eksternal *locus of control* pada mahasiswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif.⁷⁹

Adapun tidak ditemukannya efek moderasi dari *locus of control* terhadap hubungan literasi, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif mengindikasikan bahwa *locus of control* mahasiswa FEBI UIN Palopo belum cukup kuat sebagai penentu arah perilaku keuangan. Berdasarkan teori Rotter's *Locus of control*, seseorang dengan internal *locus of control* semestinya memiliki kontrol lebih besar terhadap keputusan keuangan. Namun, pada mahasiswa yang masih berada pada tahap eksplorasi identitas (teori Erikson), pengaruh lingkungan, peer group, dan arus digitalisasi masih lebih dominan. Hal ini diperkuat oleh studi Wahyuni dan Rahmawati yang menunjukkan bahwa *locus of control* hanya memoderasi perilaku keuangan secara signifikan jika individu berada pada tingkat kematangan kepribadian dan tanggung jawab finansial yang tinggi hal yang sering belum sepenuhnya terbentuk di kalangan mahasiswa.

Perubahan lingkungan digital yang cepat dan akses teknologi finansial yang instan dapat mengaburkan pengaruh kontrol diri dalam proses pengambilan keputusan konsumsi. Mahasiswa mungkin memiliki kontrol internal yang tinggi, tetapi paparan terus-menerus terhadap iklan digital, diskon daring, dan fitur-fitur

⁷⁹ angraeni alvina, "Hubungan Antara Eksternal Locus Of Control Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang." (2023).

seperti *paylater* atau *e-wallet* yang sangat mudah digunakan, membuat kontrol tersebut tidak cukup kuat untuk menahan dorongan konsumtif. Seperti yang dikemukakan oleh Ajzen dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dipersepsikan) harus didukung oleh kontrol aktual dalam situasi nyata dan dalam hal ini, kontrol aktual mahasiswa atas impuls konsumsi lemah karena godaan teknologi yang tinggi.

Locus of control internal secara teoritis seharusnya mampu mendorong individu untuk bertindak berdasarkan pertimbangan pribadi dan tujuan jangka panjang. Namun, dalam praktiknya, karakteristik usia mahasiswa sebagai kelompok *emerging adults* yang masih berada dalam tahap eksplorasi identitas dan gaya hidup membuat mereka cenderung lebih reaktif terhadap pengaruh lingkungan eksternal. Hal ini diperkuat oleh temuan Bandura dalam *Social Learning Theory*, bahwa perilaku konsumtif dapat diperkuat melalui observasi sosial dan media, terlepas dari keyakinan internal individu.

Locus of control eksternal juga tidak mampu menjadi moderator yang efektif karena individu dengan kecenderungan eksternal cenderung merasa bahwa keputusan konsumtif mereka dipengaruhi oleh faktor luar seperti nasib, tren, atau orang lain, sehingga mereka tidak memiliki dorongan untuk mengontrol perilaku keuangannya. Penelitian oleh Amirulloh, Astuti & Fajarwati menunjukkan bahwa meskipun *locus of control* eksternal berpengaruh langsung terhadap intensi

membeli, ia tidak memoderasi hubungan antara faktor-faktor lain (seperti gaya hidup) dan niat beli.⁸⁰

Akhirnya, hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh variabel-variabel seperti akses keuangan dan teknologi lebih dominan dibandingkan kendali internal individu dalam membentuk perilaku konsumtif. Artinya, meskipun mahasiswa memiliki *locus of control* yang tinggi, faktor eksternal seperti kemudahan transaksi digital, promosi, dan tekanan sosial tetap menjadi pendorong utama perilaku konsumtif.



⁸⁰ Amirulloh et al., “Pengaruh *locus of control* dan gaya hidup konsumerisme terhadap intention to buy pada mahasiswa fakultas ekonomi unusida.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo ditolak, karena nilai signifikansi sebesar 0,188 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan nilai R^2 sebesar 0,024, hanya 2,4% variasi perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh literasi keuangan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman finansial saja tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama di tengah kuatnya pengaruh media sosial dan norma sosial yang mendukung gaya hidup konsumtif. Berdasarkan teori Planned Behavior, meskipun literasi keuangan dapat meningkatkan kontrol perilaku, pengaruhnya akan lemah jika tidak didukung oleh sikap dan norma yang selaras. Oleh karena itu, pengendalian perilaku konsumtif memerlukan pendekatan yang lebih komprehensif, seperti edukasi karakter finansial, penguatan nilai-nilai konsumsi bijak, serta intervensi sosial dan lingkungan yang positif.
2. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo diterima, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan R^2 sebesar 0,169 yang menunjukkan bahwa 16,9% variasi perilaku konsumtif

dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa akses yang lebih luas terhadap layanan keuangan formal, seperti rekening bank, ATM, dan pinjaman, mendorong mahasiswa untuk lebih bebas dalam membelanjakan uang, meskipun belum tentu diiringi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Akses ini, yang seharusnya digunakan untuk mendukung kebiasaan menabung dan merencanakan keuangan, justru sering dimanfaatkan hanya sebagai sarana konsumsi cepat tanpa perencanaan jangka panjang. Tekanan sosial dan gaya hidup di kalangan mahasiswa juga memperkuat kecenderungan konsumtif, menjadikan inklusi keuangan sebagai faktor yang berpotensi memperburuk perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan kontrol diri yang memadai.

3. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *financial technology (fintech)* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Palopo diterima, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan R^2 sebesar 0,197, yang menunjukkan bahwa 19,7% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh penggunaan *fintech*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses layanan keuangan digital seperti dompet digital, paylater, dan pinjaman online mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif, terutama karena proses transaksi yang cepat dan tidak melibatkan uang fisik secara langsung. Hal ini sejalan dengan Theory of Intertemporal *Choice* yang menjelaskan bahwa kemudahan konsumsi saat ini dengan pembayaran di masa depan dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif. Selain itu, kombinasi antara rendahnya literasi keuangan dan tekanan

sosial memperkuat dampak negatif penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif, menjadikan teknologi finansial sebagai faktor yang signifikan dalam membentuk pola konsumsi mahasiswa jika tidak diiringi dengan kontrol dan kesadaran finansial yang baik.

4. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis keempat yang menyatakan bahwa *locus of control* internal memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo ditolak, karena nilai signifikansi sebesar 0,776 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi antara kedua variabel tersebut tidak signifikan secara statistik. Koefisien interaksi yang sangat kecil sebesar 0,025 juga menunjukkan bahwa pengaruh moderasi *locus of control* internal terhadap hubungan tersebut sangat lemah. Nilai R^2 sebesar 0,098 mengindikasikan bahwa hanya 9,8% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh kombinasi literasi keuangan, *locus of control* internal, dan interaksi di antara keduanya. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun secara teoritis individu dengan *locus of control* internal cenderung lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif, pada kenyataannya mahasiswa masih rentan terhadap pengaruh eksternal seperti tekanan sosial dan gaya hidup, sehingga kendali internal belum cukup efektif dalam memperkuat dampak positif literasi keuangan terhadap pengendalian konsumsi.
5. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa *locus of control* eksternal memoderasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo ditolak, karena nilai signifikansi sebesar 0,260 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi antara kedua variabel

tersebut tidak signifikan secara statistik. Koefisien interaksi negatif sebesar -0,042 menunjukkan bahwa *locus of control* eksternal justru cenderung memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, meskipun pengaruh ini tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,434 menunjukkan bahwa 43,4% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, *locus of control* eksternal, dan interaksinya, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Mahasiswa dengan *locus of control* eksternal yang tinggi cenderung menganggap kondisi keuangan ditentukan oleh faktor luar seperti keberuntungan atau orang lain, sehingga meskipun memiliki literasi keuangan yang baik, mereka kurang mampu mengontrol perilaku konsumtifnya. Ketergantungan tinggi terhadap kiriman orang tua semakin memperkuat pola pikir ini, membuat mahasiswa cenderung kurang bertanggung jawab terhadap pengelolaan keuangan pribadi dan lebih rentan terhadap perilaku konsumtif impulsif.

6. Berdasarkan hasil analisis, hipotesis enam yang menyatakan bahwa *locus of control* internal memoderasi hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo ditolak, karena nilai signifikansi sebesar 0,229 ($> 0,05$) menunjukkan bahwa interaksi tersebut tidak signifikan secara statistik. Koefisien interaksi sebesar 0,081 memang mengindikasikan adanya kecenderungan *locus of control* internal memperkuat pengaruh inklusi keuangan terhadap perilaku konsumtif, namun pengaruh ini terlalu lemah untuk dianggap signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,239 menunjukkan bahwa hanya 23,9% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh inklusi keuangan, *locus of*

control internal, dan interaksinya, sementara 76,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, atau iklan. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol internal tinggi sekalipun tetap menunjukkan perilaku konsumtif ketika memiliki akses mudah terhadap layanan keuangan, mengingat mereka masih berada dalam fase eksplorasi gaya hidup dan mudah terpengaruh oleh dinamika sosial di sekitarnya.

7. Berdasarkan hasil analisis, *locus of control* eksternal tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara inklusi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo, meskipun terdapat indikasi bahwa keberadaannya memperlemah hubungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu dengan *locus of control* eksternal cenderung dipengaruhi oleh faktor luar dan kurang aktif dalam mengelola akses keuangan, pengaruh moderasi tersebut masih lemah dan tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, pengelolaan inklusi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa lebih dipengaruhi oleh faktor lain di luar *locus of control* eksternal, sesuai dengan teori Rotter yang menyatakan bahwa individu dengan *locus of control* eksternal merasa kurang memiliki kendali atas hasil tindakan mereka.
8. Berdasarkan hasil analisis, *locus of control* internal tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara penggunaan *financial technology* dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo, meskipun secara teori *locus of control* internal berpotensi memperkuat pengaruh tersebut. Nilai signifikansi yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa tingkat *locus of control* internal tidak berdampak signifikan dalam mengubah hubungan antara *fintech* dan perilaku

konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa baik mahasiswa dengan *locus of control* internal tinggi maupun rendah tidak menunjukkan perbedaan signifikan dalam cara *fintech* mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Temuan ini sejalan dengan teori Rotter yang menyatakan bahwa individu dengan *locus of control* internal percaya pada kendali atas tindakan mereka, namun dalam praktiknya, efek moderasi *locus of control* internal terhadap hubungan keuangan seringkali tidak signifikan, sebagaimana didukung oleh penelitian terdahulu. Oleh karena itu, upaya mengurangi perilaku konsumtif akibat kemudahan *fintech* sebaiknya difokuskan pada faktor lain yang lebih kuat seperti literasi keuangan, pengaruh sosial, atau kontrol impulsif.

9. Berdasarkan hasil analisis, *locus of control* eksternal tidak memoderasi secara signifikan hubungan antara penggunaan *financial technology* dan perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN Palopo meskipun terdapat kecenderungan bahwa *locus of control* eksternal memperlemah pengaruh *fintech* terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikansi interaksi sebesar 0,061 yang sedikit di atas ambang 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh moderasi tersebut tidak cukup kuat secara statistik untuk diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan *locus of control* eksternal tinggi cenderung tidak terlalu terdorong untuk berperilaku konsumtif meskipun memiliki akses kemudahan dari *fintech*, karena mereka meyakini bahwa faktor-faktor di luar kendali pribadi lebih menentukan kondisi keuangan mereka. Temuan ini sejalan dengan teori Rotter dan mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *locus of control* eksternal berhubungan dengan perilaku konsumtif, namun tidak sebagai

variabel moderasi yang signifikan. Oleh karena itu, pengendalian perilaku konsumtif perlu difokuskan pada aspek lain seperti lingkungan sosial, pengembangan karakter, dan kontrol impuls, daripada hanya mengandalkan variabel psikologis *locus of control*.

Tingkat literasi keuangan yang tinggi belum mampu menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa secara optimal di tengah kemudahan akses keuangan melalui inklusi keuangan dan tingginya penggunaan *financial technology (fintech)*. Meskipun mahasiswa memiliki pemahaman mengenai pengelolaan keuangan, kemudahan dalam mengakses layanan keuangan digital seperti *e-wallet*, *paylater*, dan aplikasi pembayaran lainnya justru memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Adanya kesenjangan pengetahuan dan perilaku antara apa yang seseorang ketahui dengan yang benar-benar dilakukan, Seorang mahasiswa mungkin tahu pentingnya mengatur anggaran, menghindari utang konsumtif, atau menabung, tetapi kenyataannya tetap melakukan pembelian impulsif karena akses dan kemudahan transaksi tidak menuntut pertimbangan matang. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan bersifat kognitif dan belum cukup kuat dalam mengendalikan keputusan konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan teknologi. Oleh karena itu, literasi keuangan perlu dikombinasikan dengan penguatan karakter, edukasi berbasis praktik, serta regulasi terhadap penggunaan *fintech* agar pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif dapat lebih efektif, dan juga membangun lingkungan yang mendukung terhadap perilaku keuangan positif.

Locus of control, baik internal maupun eksternal, tidak mampu memoderasi hubungan antara literasi keuangan, inklusi keuangan, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa kendali diri mahasiswa, baik dalam bentuk keyakinan terhadap kemampuan pribadi (internal) maupun pengaruh dari luar diri (eksternal), belum cukup kuat untuk menahan dorongan konsumtif yang dipicu oleh kemudahan akses dan layanan keuangan digital. Karakteristik mahasiswa sebagai kelompok usia *emerging adulthood* yang masih berada dalam tahap eksplorasi identitas dan rentan terhadap pengaruh lingkungan sosial turut berkontribusi terhadap lemahnya peran *locus of control* sebagai pengendali perilaku konsumtif ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak:

1. Bagi Mahasiswa FEBI UIN Palopo, disarankan untuk lebih meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. penting untuk tidak hanya meningkatkan literasi keuangan secara konseptual, tetapi juga mengembangkan keterampilan pengelolaan keuangan yang aplikatif. Mahasiswa diharapkan lebih bijak dan reflektif dalam mengelola gaya hidup dan perilaku konsumsi, khususnya dalam penggunaan layanan digital keuangan seperti *e-wallet* dan *paylater.*, seperti menetapkan anggaran bulanan pribadi untuk mengontrol pengeluaran dan

menghindari perilaku konsumtif, dan menanamkan nilai-nilai spiritualitas dan sosial dalam berbelanja, seperti kesadaran akan israf (berlebih-lebihan) dalam Islam, dan memilih konsumsi yang bermanfaat bagi diri dan lingkungan.

2. Bagi Lembaga Pendidikan dan Fakultas, khususnya FEBI UIN Palopo diharapkan tidak hanya memberikan edukasi tentang keuangan secara teoritis, tetapi juga menciptakan lingkungan kampus yang mendukung perubahan perilaku konsumsi mahasiswa secara nyata. Seperti melakukan program terkait pengembangan budaya hemat di lingkungan kampus misalnya program *zero waste lifestyle* dan mendorong integrasi nilai moral dalam pengelolaan keuangan, misalnya dengan mengadakan kegiatan rutin bertema "Etika Konsumsi dalam Islam" yang aplikatif, bukan hanya teoritis.
3. Bagi Regulator dan Lembaga Keuangan, seperti OJK dan lembaga keuangan lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang strategi literasi dan inklusi keuangan yang lebih menasar segmen mahasiswa. Memberlakukan sistem limit transaksi harian untuk mahasiswa dalam aplikasi fintech tertentu, terutama pada fitur *paylater*, untuk mencegah konsumsi impulsif. Program edukatif berbasis digital dan kampus dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap layanan keuangan serta risiko perilaku konsumtif.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam mengembangkan kajian lebih lanjut tentang perilaku keuangan mahasiswa, dengan memperluas variabel, menambah jumlah responden, atau menggunakan metode campuran kuantitatif dan kualitatif agar hasil penelitian

lebih mendalam dan komprehensif. disarankan untuk mengeksplorasi variabel psikologis atau sosial lain yang lebih kuat dalam memoderasi perilaku konsumtif, seperti *impulsive buying tendency*, *emotional intelligence*, atau pengaruh teman sebaya (*peer pressure*), karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *locus of control* belum mampu berperan optimal dalam membatasi perilaku konsumtif mahasiswa.





DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, Yogi Hady. “Use of Cashless Payment and Its Implications for Impulsive Buying : Examining Consumer Behavior Patterns in the Digital Era in E-Commerce,” n.d., 94–113.
- Akib, Rafika, Jumawan Jasman, dan asriany. “Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dimoderasi Dengan Locul of Control.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 1, no. 6 (2022): 558–72.
- alvina, angraeni. “Hubungan Antara Eksternal *Locus of control* Dengan Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. Undergraduate Thesis, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.,” 2023.
- Amalia, Rizqi Jauharatul. “Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen Terhadap Belanja Online Di Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam* 4, no. 1 (2022): 1–16.
<https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>.
- Amiruddin, Roni Priyanda, Nyoman Sri Ariantini Agustina, Tri Siwi, Gusti Ayu Lia Ni Rusmayani, Kori Puspita Ningsih Dwi Astarani Aslindar, Siska Wulandari, Panji Putranto, et al. *metodologi penelitian kuantitatif. CV. Pradina Pustaka*. 1 ed. Sukoharjo, 2022.
- Amirulloh, David M, Amin Al Kholidi, Adinda Bahar, dan Nurul Siti Wahidah. “Pengaruh *locus of control* dan gaya hidup konsumerisme terhadap intention to buy pada mahasiswa fakultas ekonomi unusida.” *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)* 2, no. 3 (2024): 187–206.
<https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2777>.
- Apriliani, Rina. *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital Teori dan Implementasinya. Repository-Penerbitlitnus.Co.Id*. 1 ed. CV. Literasi Nusantara Abadi Perumahan, 2018. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/>.
- Assaad, Hj. A. Sukmawati. “Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga.” *Jurnal Al-nAmwal : Journal of Islamic Economic Law* 1, no. 1 (2016): 114–29.

<http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/alamwal/article/view/630>.

- Awnurropiiq. “Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap pola konsumsi mahasiswa universitas nahdatul ulama indonesia.” *skripsi*, no. 5 (2022): 71.
- Aziza, Nurul. “Metodologi penelitian 1 : deskriptif kuantitatif.” *Media Sains Indonesia*, no. July (2023): 166–78.
- Azmi, Khairil. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha CV Tjahaja Baru Lubuk Buaya Padang Khairil Azmi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang.” *Ekonomi, Bisnis dan Manajemen* 1, no. 2 (2022): 24–32.
- Darmawan, Akhmad, dan Dini Fatiharani. “Literasi Keuangan, Faktor Demografi Dan Akses Permodalan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Sektor Informal.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 10, no. 1 (2019): 73–89. <https://doi.org/10.18196/mb.10169>.
- Deviyanti, Sri. “pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif peserta didik kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar,” 2020, 10.
- Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, dan Agus Suyatno. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta.” *Jurnal Rimba : Riset Ilmu manajemen Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 3 (2024): 230–39. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1155>.
- Dilasari, Dilasari, Sri Mulyati, dan Asep Kurniawan. “Pengaruh Financial Literacy, Life Style, *Locus of control* Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang.” *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)* 2, no. 02 (2021): 56–77. <https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671>.
- Fasiha, Muhammad Yusuf, Humiras Betty Marlina Sihombing, Ana Rachid Chenini, dan Mujahidin. “The Effect of Product and Service Quality on Consumer Loyalty at Palopo Minimarkets” 7, no. 2 (2022): 177–92.
- Fatmawatie, Naning. *E Commerce Dan Perilaku Konsumtif*. Naning Fatmawatie, 2022.

- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate." BPU Diponegoro, 2021.
- Hariyani, Reni. "Pengaruh Financial Technology , *Locus of control* , dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa" 22, no. 1 (2024).
- Hartono, Imelda Putri, Helen Dewi Herdiana, dan Lila Aisyah. "Perkembangan Teknologi Modern Menjadi Awal Sifat Budaya Konsumtif Mahasiswa Sosiologi Angkatan 2022 di Universitas Jember." *Innovative:Journal of Science Research* 4 (2024): 6248–59.
- Hetty, Kurnia Tunjung. *Perilaku konsumen berkelanjutan. Proceedings of the National Academy of Sciences*. Pertama. Vol. 3. Penerbit takaza innovatix labs, 2025.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056><https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827>[pdf://semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt](https://pdf.semanticscholar.org/semisupervised-3254828305/semisupervised.ppt)<http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005><http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardhana. *Teknik Pengumpulan Data Penelitian*. Purbalingga: CV. Eurika Media Aksara, 2024.
- Kementerian Sekretariat Negara RI. "Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 114 Tahun 2020 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif." <https://peraturan.bpk.go.id/Details/154566/perpres-no-114-tahun-2020>, no. 051209 (2020): 1–23.
- Khaeruddin, dan Muh Jamil. "Pengaruh transaksi non tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa universitas negeri Makassar" 1192 (2024): 304–17.
- Kurnia, Goso Goso, dan Muh Halim. "Pengaruh *Fintech* (Paylater), Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa." *SEIKO : Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 704–11. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3996>.
- Kuswanto, Kuswanto, Sepha Aryanti, dan Hidayatul Arief. "Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 12, no. 2 (2024): 268–76.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>.

Lee, Chao Hsing, dan Chien Wen Chen. "Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework." *Information (Switzerland)* 12, no. 6 (2021): 1–17. <https://doi.org/10.3390/info12060241>.

Lina, dan Haryanto F. Rosyid. "Perilaku konsumtif berdasarkan *locus of control* pada remaja putri." *Psikologika*, no. 4 (1997): 5–13.

M, Vira Meydi Musliyanti, Rezki Arianty Akob, dan Chaerunnisa Rumianti. "Pengaku Menabungruh Pendapatan dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku menabung (studi kasus mahasiswa STIEM Bongaya)," 2023, 149–58.

Mahyarni, Mahyarni. "Theory of Reasoned Action Dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)." *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 (2013): 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.

Marginingsih, Ratnawaty. "Financial Technology (*Fintech*) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19." *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 8, no. 1 (2021): 56–64. <https://doi.org/10.31294/moneter.v8i1.9903>.

Muang, muh. sadri kahar, edi indra Setiawan, dan rikal fajar Masati. "Customer Loyalty: Improve Customer Relationship Management That Impact The Customer Satisfaction." *Al-Amwal: Journal of islamic economic law* 5, no. 1 (2020): 59–71.

Muhammad Zidan Alfariy. "Pengaruh *Fintech* E-Wallet Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto)." *skripsi* 15, no. 1 (2024): 37–48.

Muhtarom, Zamroni Alpian. "Pengaruh Financial Technology (*Fintech*) Terhadap Literasi Keuangan Pada Pelaku UMKM Di Kota Mataram." *Muslim Preneur* 2, no. 2 (2022): 31–43. <https://doi.org/https://doi.org/10.57215/muslimpreneur.v2i2.332>.

- Mursalim, Andi Ririn Oktaviani, dan Abdullah. “Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech* Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar.” *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO* 6, no. 2 (2024): 76–90.
- Natan, Emawati, dan Linda Mahastanti. “Analisis pengaruh Financial Literacy dan *Locus of control* sebagai variabel moderating terhadap Management Behaviour.” *Owner* 6, no. 3 (2022): 2354–63. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.985>.
- Ngatno. “Analisis Data Penelitian Dengan Program GeSCA.” *Undipp Press*, 2019.
- . “Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS,” 2015.
- OJK. “Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017).” *Otoritas Jasa Keuangan*, 2017, 1–99.
- Oktaviana, Hanivah, dan Seto Satriyo Bayu Aji. “How Financial Literacy Shapes Impulsive ‘Paylater’ Buying Among Yogyakarta Students.” *InCAF: Proceeding of International Conference on Accounting and Finance* 3, no. Idc (2025): 209–24.
- Oktaviana, Rizka Azimatul, Edi Wibowo, Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, dan Universitas Slamet Riyadi. “Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup , Pengendalian Diri dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Iphone (Survei pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta).” *poeng jurnal ekonomi dan manajemen* 2, no. 1 (2024): 388–401. <https://doi.org/doi.org/10.62710/ha65h715>.
- Otoritas Jasa Keuangan. “SP OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024,” 2024, 1–6.
- Otoritas Jasa Keuangan “Undang - Undang OJK.” *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan* 53, no. 9 (2016): 1689–<https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau>

masyarakat/SAL - POJK Literasi dan Inklusi Keuangan.

- Patton, Marqo. "Creative Efficacy Toolbox: Introducing a Professional Development Model for Creatives." *College Music Symposium*, 2021. <https://doi.org/10.18177/sym.2020.61.1.sr.11518>.
- Priadana, M Sidik, dan Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif. Sustainability (Switzerland)*. 1 ed. Vol. 11. Tangerang: Pascal Books, 2021.
- Putri, Oktavianda Riyantini, Arie Setyo Dwi Purnomoe, dan Prasetyo Nugroho. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep." *Ilmu-Ilmu Ekonomi* 15, no. 2 (2023): 1–13.
- Putri Hayati A'yunina. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Ntt Di Surakarta." *Skipsi*, 2023.
- Putri Nugraha, Jefri, Dian Alfiah, Gairah Sinulingga, Umi Rojiati, Gazi Saloom, Rosmawati, Fathihani, et al. *Teori Perilaku Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT.Nasya Expanding Manajemen, 2021.
- Rachel, Rahmi, dan Rakhmadsyah Putra Rangkuty. "Konsumerisme Dan Gaya Hidup Perempuan Di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri Di Lingkungan Fisip Unimal." *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 1, no. 1 (2020): 97. <https://doi.org/10.29103/jspm.v1i1.3094>.
- Rahmadani, Nurul Faradila. "Pengaruh *Locus of control* Terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Perhubungan Kota Makassar," 2022, 1–44.
- Rasbi, Muh, Muh Ginanjar, Atika Tahir, Linda A Ali, Asriadi Arifin Adi, Dian Novianti, Trian Fisman Adisaputra, Manajemen Zakat Baznas, dan Jurnal Manajemen dan. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo." *Keuangan Syariah [ONLINE]* 01, no. 02 (2023): 2. <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>.
- Reni, Hariyani. "Pengaruh Financial Technology, *Locus of control*, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa." *jurnal perspetif* 22,

no. 1 (2024): 16–21. <https://doi.org/10.31294/jp.v22i1.20297>.

Rumbik, Ferrina Ermalina, Rudi Kurniawan, dan Rafles Ginting. “Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi.” *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 12, no. 2 (2024): 292–301. <https://doi.org/10.26740/akunesa>.

Samsuriadi, Achmad Abubakar, dan Rusydi Khalid. “Tafsir Ayat-ayat Al- Qur ’an Tentang Konsumsi.” *Economos; Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 91–101.

Slamet, Rokhmad, dan Sri Wahyuningsih. “Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja.” *Aliansi : Jurnal Manajemen dan Bisnis* 17, no. 2 (2022): 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>.

Soejono, Fransiska, Anastasia Sri Mendari, dan Irin Fitria. “Analisis Literasi Keuangan dan Faktor Demografi: Studi Pada Pasangan Muda.” *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 20, no. 1 (2022): 27–42. <https://doi.org/10.32524/jkb.v20i1.342>.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta Bandung, 2020.

“Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2024,” 2024.

Syatriadin. “*Locus of control*: Teori Temuan Penelitian Dan Reorientasinya Dalam Manajemen Penanganan Kesulitan Belajar Peserta Didik.” *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar* 1 (n.d.): 21.

Tambun, Sihar, Agus Soetiuono, dan Riris Rotua Sitorus. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Self Control Sebagai Pemoderasi.” *Journal Akuntansi Manajerial* 8, no. 2 (2023): 20–33.

Toatiningrum, Nisa Aliya, dan Rizqi Ilyasa Aghni. “Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Keluarga Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Angkatan 2019 Universitas Negeri Yogyakarta.” *Journal Student UNY* 2, no. 1 (2022): 17–32.

- Wiharno, Herma. "Karakteristik Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Serta Dampaknya Terhadap Manajemen Keuangan Personal (Survei Pada Pegawai Negeri Sipil Daerah di Kabupaten Kuningan)." *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi* 1, no. 02 (2017): 1–15. <https://doi.org/10.25134/jrka.v1i02.437>.
- Zafir, Fakhrizal. "pengaruh kemudahan dan manfaat financial technology terhadap perilaku konsumtif (studi pada mahasiswa perbankan syariah UIN ar-Rainy)," 2022.
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa. *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*. Mandala Press, 2021.



L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Koesioner

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian:

Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial technology* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Palopo yang Dimoderasi *Locus of control*

Identitas Responden:

(Nama tidak perlu diisi, cukup berikan tanda centang pada kolom yang sesuai)

1. Jenis Kelamin: ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Usia: ☐ <18 ☐ 18-20 ☐ 21-23 ☐ >23
3. Program Studi
 - ☐ Perbankan syariah
 - ☐ Manajemen bisnis islam
 - ☐ Ekonomi syariah
4. Penghasilan/Bantuan Keuangan per Bulan:
 - ☐ <Rp500.000 ☐ Rp500.000 - Rp1.000.000 ☐ >Rp1.000.000
5. pengeluaran perbulan
 - ☐ <Rp500.000 ☐ Rp500.000 - Rp1.000.000 ☐ >Rp1.000.000
6. Penggunaan *financial technology*
 - ☐ *Crowdfunding* ☐ E- money ☐ Asuransi ☐ *Peer to peer (P2P) lending*
 - ☐ E-Wallet ☐ Pengelolaan asset
7. Sumber Pendapatan
 - ☐ Kerja Sampingan
 - ☐ Pemberian Orang Tua
 - ☐ Beasiswa

Petunjuk Pengisian:

Silakan berikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda berdasarkan skala berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = ragu-ragu/ kadang kadang, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju

No	Item	Pernyataan	Jawaban				
			1	2	3	4	5
Literasi keuangan (X1)							
1	X ₁	Saya memahami berbagai produk dan layanan keuangan.					
2	X ₁	Saya mampu mengelola keuangan dengan menyusun anggaran.					
3	X ₁	Saya lebih memilih menabung atau berinvestasi dibanding belanja konsumtif.					
4	X ₁	Saya mencari informasi sebelum mengambil keputusan keuangan.					
5	X ₁	Saya yakin bahwa perencanaan keuangan membantu menghindari konsumtif.					
Inklusi keuangan (X2)							
6	X ₂	Saya memiliki kemudahan dalam membuka rekening bank tanpa hambatan yang berarti.					
7	X ₂	Saya merasa fasilitas keuangan seperti ATM dan mobile banking di lingkungan saya sangat membantu dalam mengelola keuangan					
9	X ₂	Saya lebih sering menggunakan layanan keuangan untuk belanja konsumtif dibanding menabung atau investasi.					

12	X ₂	Saya menggunakan tabungan atau rekening bank untuk menyimpan uang secara rutin.						
14	X ₂	Saya memahami risiko dan kewajiban dalam menggunakan layanan pinjaman digital.						
Financial technology (Fintech) (X3)								
16	X ₃	Saya mengetahui berbagai jenis <i>fintech</i> seperti e-wallet, Crowdfunding, E-Money, Asuransi, Peer-to-Peer (P2P) Lending/pinjaman online (dana, isaku, Gopay, kredivo, shopeepay, akulaku, modalku, investree, koinWorks, dll.)						
17	X ₃	Saya lebih sering menggunakan E-wallet dari pada uang tunai.						
18	X ₃	Saya sering menggunakan layanan paylater untuk memenuhi gaya hidup saya.						
19	X ₃	Saya selalu mempertimbangkan bunga atau biaya tambahan sebelum menggunakan layanan <i>fintech</i> seperti paylater atau pinjaman online						
20		Saya merasa lebih mudah berbelanja dengan <i>fintech</i> seperti cicilan online.						
Perilaku Konsumtif (Y)								
21	Y	Saya sering membeli barang karena tergiur promo atau diskon.						

22	Y	Saya membeli barang berdasarkan tren atau status sosial.						
23	Y	Saya lebih mempertimbangkan harga daripada manfaat produk.						
24	Y	Saya sering membeli barang yang direkomendasikan oleh influencer/iklan.						
25	Y	Saya memiliki lebih dari satu produk serupa dari merek berbeda.						
<i>Locus of control (Z)</i>								
<i>Locus of control Internal</i>								
26	Z	Saya percaya kondisi keuangan saya bergantung pada saya sendiri.						
27	Z	Saya merasa memiliki kendali yang cukup atas keputusan keuangan saya dalam kehidupan sehari-hari						
28	Z	Saya percaya bahwa usaha dan perencanaan yang baik dapat meningkatkan kondisi keuangan saya secara bertahap						
<i>Locus of control eksternal</i>								
29	Z	Saya percaya keuangan saya lebih dipengaruhi oleh keberuntungan atau nasib.						
30	Z	Saya lebih sering mengikuti kebiasaan belanja teman/keluarga.						

31	Z	Saya mudah terpengaruh oleh iklan atau rekomendasi dalam memilih produk.					
32	Z	Saya jarang mencari informasi keuangan karena merasa tidak berpengaruh.					
33	Z	Saya lebih mengandalkan pendapat orang lain dalam mengambil keputusan keuangan dibandingkan pertimbangan pribadi saya sendiri					



Lampiran 2

Tabulasi data

Literasi keuangan

X1	X1	X1	X1	X1
3	3	2	3	3
3	3	3	3	3
3	3	4	3	3
2	4	2	4	4
4	3	4	4	4
3	3	3	2	2
3	3	3	4	4
3	2	2	3	3
2	3	3	4	4
3	4	4	3	3
4	3	2	3	3
3	2	3	4	4
4	3	3	2	2
2	3	2	4	4
4	4	4	3	3
3	3	2	3	3
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	2	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	4	4
2	3	4	3	3
3	3	4	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	4	4
3	4	4	4	4
3	3	3	3	3
3	3	2	2	2
2	3	2	3	3
4	3	3	4	4
3	3	2	4	4
4	4	4	4	4
3	2	2	3	3
3	4	3	3	3
3	3	3	3	3
2	2	4	4	4

3	3	4	3	3
2	3	3	3	3
3	3	4	3	3
3	3	3	3	3
2	2	3	3	3
3	3	2	4	4
3	2	2	3	3
4	4	4	4	4
2	4	3	4	4
2	3	3	3	3
4	3	3	3	3
2	2	2	3	3
3	3	2	4	4
2	3	3	3	3
3	3	2	3	3
3	4	3	3	3
3	4	4	4	4
1	4	4	4	4
3	3	3	3	3
2	3	2	3	3
3	3	4	4	4
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	3	2	3	3
3	2	3	3	3
2	4	3	2	2
3	3	3	3	3
4	4	3	4	4
4	4	4	4	4
3	3	3	3	3
4	3	2	3	3
3	3	3	3	3
3	2	3	3	3
3	3	2	3	3
3	4	4	4	4
2	4	3	4	4
2	3	2	3	3
3	4	3	3	3

Inklusi keuangan

X2	X2	X2	X2	X2
3	4	4	2	3
3	3	2	3	2
3	1	2	4	3
4	4	2	4	2
2	3	3	2	3
3	2	4	3	3
3	3	4	3	4
3	2	2	2	2
2	2	2	2	4
4	3	4	4	3
4	2	2	2	3
4	3	3	3	4
4	4	4	4	4
4	3	3	3	2
4	3	2	2	4
2	4	2	3	3
3	3	4	3	4
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	4	3	3
3	4	2	3	3
2	4	3	3	3
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
3	3	4	3	3
3	3	3	4	4
3	3	3	3	3
3	2	3	2	2
2	2	2	3	2
3	2	3	2	2
3	2	2	3	4
4	4	3	3	3
3	3	2	3	3
3	4	4	3	4
3	3	3	3	4
3	2	2	2	2
3	3	3	3	3
3	4	2	3	3
4	3	3	4	3
3	2	1	2	3
3	3	3	3	2

2	3	3	3	4
2	4	4	2	3
4	4	4	4	4
3	4	2	4	3
3	3	1	2	3
4	4	3	3	4
3	4	2	2	3
4	4	3	3	4
2	4	3	2	3
2	4	3	2	3
3	4	4	4	3
2	4	2	2	2
4	4	2	3	4
3	4	3	3	2
2	2	2	2	2
3	4	3	4	3
4	3	3	2	3
3	2	2	2	2
2	3	3	3	2
2	3	3	3	3
3	4	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	4	3
4	4	2	4	4
4	4	3	3	3
2	3	3	3	2
3	4	3	3	2
2	3	3	3	3
2	4	3	2	3
2	4	2	2	2
3	4	2	4	3
2	2	2	2	2
3	4	4	4	3

Financial technology

X3	X3	X3	X3	X3
2	2	1	3	1
3	2	2	3	2
4	2	2	4	3
1	3	1	2	2
3	2	1	1	1
2	4	1	3	1

2	3	2	4	4
3	2	3	3	2
2	1	1	2	2
3	3	2	4	4
4	4	1	2	2
3	3	4	3	3
4	4	3	3	4
2	2	2	4	3
4	3	1	2	2
2	3	3	3	2
4	3	2	4	4
2	3	3	4	2
1	2	2	2	2
4	2	1	3	2
1	2	2	2	2
4	4	4	3	4
4	3	2	4	3
3	4	3	3	4
1	4	4	3	3
4	4	1	4	3
3	2	2	3	3
2	3	1	4	2
3	2	1	2	2
2	2	1	3	2
4	1	1	4	1
3	3	1	3	3
3	2	2	2	1
3	3	4	3	3
3	2	2	3	3
2	1	1	2	1
3	3	3	3	3
2	2	1	4	1
4	4	2	2	2
2	2	1	2	1
3	2	2	4	2
3	1	1	1	1
3	2	2	3	2
4	4	4	4	4
2	2	2	2	2
2	2	1	2	2
3	4	2	3	3

4	2	1	3	2
4	2	1	4	1
2	3	3	2	2
3	3	2	2	2
3	3	2	2	2
4	2	2	3	2
3	2	2	3	4
3	2	1	1	1
2	2	2	2	2
2	3	4	4	3
3	3	3	3	3
2	2	2	3	4
3	2	2	3	3
3	3	3	3	3
3	2	3	3	3
3	3	3	3	3
4	4	3	3	3
4	3	4	3	2
3	3	3	3	3
3	2	2	3	3
3	2	1	1	1
3	3	3	3	3
3	3	2	2	2
4	2	2	3	2
2	2	2	2	2
2	2	2	2	2
3	3	2	2	2

Perilaku konsumtif

Y	Y	Y	Y	Y
4	3	4	3	3
2	2	2	3	2
3	3	2	2	3
1	1	1	1	3
4	4	4	3	4
4	2	2	2	4
4	2	1	3	4
3	3	2	2	2
4	1	2	1	3
3	2	2	2	3
2	2	2	2	2

3	3	3	4	4
4	4	4	3	4
3	3	2	2	3
3	1	2	3	3
3	3	2	3	3
4	4	4	4	3
4	3	3	2	2
3	3	2	3	3
3	2	2	2	2
3	3	2	2	2
3	4	3	2	4
3	2	4	2	2
2	2	2	2	2
3	3	3	3	3
2	2	3	2	2
3	3	2	3	3
3	3	3	3	3
3	1	1	2	2
4	2	2	2	2
3	2	4	2	4
2	2	2	3	3
3	3	2	2	2
3	4	4	3	3
2	2	2	2	3
4	2	2	2	2
3	3	3	3	3
2	2	2	3	2
3	3	4	4	4
1	1	1	1	1
3	2	2	2	2
4	3	3	3	3
3	3	2	2	2
4	4	4	4	4
4	2	2	2	2
1	1	2	2	2
3	3	1	3	1
4	2	2	2	3
4	4	2	3	3
3	3	2	3	3
4	3	4	3	2
4	3	4	3	4

3	2	2	3	3
4	2	2	2	3
3	2	2	2	2
2	2	2	2	2
3	2	3	2	4
3	3	2	3	3
3	3	3	2	2
4	3	3	3	2
3	3	3	3	3
3	3	3	3	3
3	3	3	2	3
3	3	4	4	3
4	3	3	2	3
3	3	2	3	3
4	3	3	3	2
3	2	2	2	2
4	4	4	3	4
4	3	4	3	2
3	2	2	3	3
4	2	2	2	2
2	2	2	2	2
4	3	4	3	4

Locus of control

Z1	Z1	Z1	Z2	Z2	Z2	Z2	Z2
2	2	3	2	2	3	2	1
3	4	4	3	2	2	2	2
4	2	1	2	2	3	2	2
2	1	2	2	2	1	2	1
3	3	2	3	3	2	3	2
4	4	3	4	2	2	1	2
4	2	4	2	3	2	1	2
3	2	2	2	2	2	2	2
4	3	1	2	2	1	4	2
3	1	2	2	2	2	2	1
4	4	3	2	1	2	2	1
3	2	4	4	4	3	3	3
4	3	2	3	3	3	4	4
3	2	2	1	3	2	3	3
4	4	1	2	2	2	2	2
3	1	3	2	2	3	2	4

4	2	4	3	3	3	4	4
3	3	2	3	3	3	3	3
3	4	2	2	2	3	2	2
3	2	3	2	2	2	2	2
3	1	1	2	2	2	2	2
4	3	4	3	4	4	4	3
4	2	2	3	2	2	2	2
3	4	2	3	3	3	3	3
4	2	3	4	4	4	4	3
2	3	4	2	1	2	1	2
3	1	1	3	2	3	2	2
4	4	2	2	2	3	2	1
2	2	2	2	2	2	2	2
4	2	3	2	3	2	2	2
4	4	4	3	2	2	2	1
3	3	3	2	2	2	2	3
3	3	3	2	2	2	3	2
3	3	3	3	3	4	3	4
4	3	3	2	2	2	2	2
4	3	4	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	2	2	4
4	3	2	3	3	4	4	2
3	3	3	2	2	1	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	2	3	2	2	1
2	3	2	2	2	2	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	2	1	2	2
3	3	3	2	3	2	3	3
2	2	3	2	2	2	2	1
4	4	4	2	2	2	2	2
3	3	3	2	2	3	3	2
3	3	3	3	2	3	2	3
3	3	4	2	2	4	4	3
4	4	4	3	2	2	2	1
4	4	4	2	1	3	1	2
3	3	3	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2

3	3	2	2	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	2	3	3	2	2
3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	2	2
3	3	3	2	2	2	2	2
3	3	3	2	3	3	3	2
3	3	3	3	2	3	2	3
4	4	4	3	2	2	2	1
2	3	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	2	2	2
3	3	4	2	2	4	4	3



Lampiran 3 Hasil uji valid

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	literasi keuangan
X1.1	Pearson Correlation	1	0,200	0,204	0,119	0,119	.495**
	Sig. (2-tailed)		0,087	0,082	0,311	0,311	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.2	Pearson Correlation	0,200	1	.434**	.350**	.350**	.676**
	Sig. (2-tailed)	0,087		0,000	0,002	0,002	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.3	Pearson Correlation	0,204	.434**	1	.356**	.356**	.706**
	Sig. (2-tailed)	0,082	0,000		0,002	0,002	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.4	Pearson Correlation	0,119	.350**	.356**	1	1,000**	.790**
	Sig. (2-tailed)	0,311	0,002	0,002		0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X1.5	Pearson Correlation	0,119	.350**	.356**	1,000**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	0,311	0,002	0,002	0,000		0,000
	N	74	74	74	74	74	74
literasi keuangan	Pearson Correlation	.495**	.676**	.706**	.790**	.790**	1

	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	74	74	74	74	74	74
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Inklusi keuangan
X2.1	Pearson Correlation	1	0,149	0,127	.387**	.361**	.609**
	Sig. (2-tailed)		0,205	0,283	0,001	0,002	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.2	Pearson Correlation	0,149	1	.276*	.287*	.248*	.625**
	Sig. (2-tailed)	0,205		0,017	0,013	0,033	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.3	Pearson Correlation	0,127	.276*	1	.319**	.278*	.632**
	Sig. (2-tailed)	0,283	0,017		0,006	0,016	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.4	Pearson Correlation	.387**	.287*	.319**	1	.304**	.702**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,013	0,006		0,008	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X2.5	Pearson Correlation	.361**	.248*	.278*	.304**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,033	0,016	0,008		0,000
	N	74	74	74	74	74	74

Inklusi keuangan	Pearson Correlation	.609**	.625**	.632**	.702**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	74	74	74	74	74	74
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	financial technology
X3.1	Pearson Correlation	1	0,215	0,063	0,218	0,193	.490**
	Sig. (2-tailed)		0,066	0,594	0,062	0,100	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.2	Pearson Correlation	0,215	1	.468**	.229*	.482**	.702**
	Sig. (2-tailed)	0,066		0,000	0,050	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.3	Pearson Correlation	0,063	.468**	1	.282*	.566**	.722**
	Sig. (2-tailed)	0,594	0,000		0,015	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.4	Pearson Correlation	0,218	.229*	.282*	1	.486**	.647**
	Sig. (2-tailed)	0,062	0,050	0,015		0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
X3.5	Pearson Correlation	0,193	.482**	.566**	.486**	1	.815**

	Sig. (2-tailed)	0,100	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	74	74	74	74	74	74
financial technology	Pearson Correlation	.490**	.702**	.722**	.647**	.815**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	74	74	74	74	74	74
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Perilaku Konsumtif
Y.1	Pearson Correlation	1	.467**	.421**	.299**	.328**	.677**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,010	0,004	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
Y.2	Pearson Correlation	.467**	1	.602**	.586**	.378**	.815**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,001	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
Y.3	Pearson Correlation	.421**	.602**	1	.500**	.444**	.813**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74
Y.4	Pearson Correlation	.299**	.586**	.500**	1	.411**	.732**
	Sig. (2-tailed)	0,010	0,000	0,000		0,000	0,000

Z.4	Pearson Correlation	.352**	.248*	.290*	1	.548**	.460**	.414**	.458**	.726**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,033	0,012		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Z.5	Pearson Correlation	0,217	0,008	0,150	.548**	1	.532**	.651**	.528**	.701**
	Sig. (2-tailed)	0,063	0,949	0,201	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Z.6	Pearson Correlation	0,225	0,145	.251*	.460**	.532**	1	.574**	.554**	.739**
	Sig. (2-tailed)	0,054	0,217	0,031	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Z.7	Pearson Correlation	0,175	0,086	0,070	.414**	.651**	.574**	1	.578**	.701**
	Sig. (2-tailed)	0,135	0,467	0,554	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
Z.8	Pearson Correlation	0,169	0,034	0,199	.458**	.528**	.554**	.578**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	0,150	0,776	0,089	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74
locus of control	Pearson Correlation	.518**	.454**	.527**	.726**	.701**	.739**	.701**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil uji realibilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,716	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,650	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,704	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,799	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,780	8

Lampiran 5 Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,15764810
Most Extreme Differences	Absolute	0,079
	Positive	0,068
	Negative	-0,079
Test Statistic		0,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 6 Uji multikolonealiritas

Coefficients ^a								
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,433	2,179		1,576	0,120		
	literasi keuangan	-0,127	0,134	-0,098	-0,946	0,347	0,737	1,357
	inklusi keuangan	0,220	0,145	0,178	1,517	0,134	0,579	1,726
	<i>financial technology</i>	0,001	0,122	0,001	0,011	0,991	0,532	1,879
	<i>locus of control internal</i>	0,247	0,164	0,147	1,510	0,136	0,837	1,195
	<i>locus of control eksternal</i>	0,541	0,114	0,549	4,766	0,000	0,597	1,676

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Lampiran 7 Uji heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	1,029	1,366		0,754	0,454
	literasi keuangan	0,033	0,084	0,053	0,395	0,694
	inklusi keuangan	0,058	0,091	0,096	0,635	0,528
	<i>financial technology</i>	- 0,202	0,077	-0,416	-2,635	0,070
	<i>locus of control internal</i>	0,062	0,103	0,076	0,606	0,547
	<i>locus of control eksternal</i>	0,100	0,071	0,209	1,405	0,165
a. Dependent Variable: ABS_RES						

s

Lampiran 8 Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	10,428	2,366		4,407	0,000
	Literasi Keuangan	0,200	0,151	0,155	1,329	0,188
a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif						

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	5,912	2,016		2,933	0,004
	Inklusi Keuangan	0,510	0,133	0,412	3,831	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	7,894	1,380		5,722	0,000
	<i>financial technology</i>	0,444	0,106	0,443	4,198	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Lampiran 9 Uji Moderated Regression Analysis

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	11,507	12,399		0,928	0,357
	Literasi Keuangan	-0,140	0,787	-0,108	-0,178	0,859
	<i>locus of control internal</i>	0,088	1,388	0,052	0,064	0,949
	Literasi Keuangan x <i>locus of control internal</i>	0,025	0,086	0,332	0,285	0,776

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	-2,975	7,818		-0,381	0,705
	Literasi Keuangan	0,528	0,472	0,408	1,118	0,267
	<i>locus of control eksternal</i>	1,338	0,622	1,359	2,151	0,035

Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	8,589	7,229		1,188	0,239
	<i>financial technology</i>	0,139	0,586	0,139	0,237	0,813
	<i>locus of control internal</i>	0,007	0,789	0,004	0,008	0,993
	<i>financial technology x locus of control internal</i>	0,027	0,063	0,363	0,438	0,662

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,301	5,713		-0,928	0,357
	<i>financial technology</i>	0,798	0,394	0,796	2,027	0,046
	<i>locus of control eksternal</i>	1,519	0,498	1,542	3,052	0,003
	<i>financial technology x locus of control eksternal</i>	-0,061	0,032	-1,497	-1,905	0,061
a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif						

Lampiran 10 Hasil uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.155 ^a	0,024	0,010	2,92328
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.412 ^a	0,169	0,158	2,69675
a. Predictors: (Constant), Inklusi Keuangan				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.443 ^a	0,197	0,185	2,65209
a. Predictors: (Constant), <i>financial technology</i>				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.313 ^a	0,098	0,059	2,85053
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan x <i>locus of control</i> internal, Literasi Keuangan, <i>locus of control</i> internal				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	0,434	0,410	2,25799
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan x <i>locus of control</i> eksternal, Literasi Keuangan, <i>locus of control</i> eksternal				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.489 ^a	0,239	0,207	2,61704
a. Predictors: (Constant), Inklusi Keuangan x <i>locus of control</i> internal, Inklusi Keuangan, <i>locus of control</i> internal				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.677 ^a	0,459	0,436	2,20782
a. Predictors: (Constant), Inklusi Keuangan x <i>locus of control</i> eksternal, Inklusi Keuangan, <i>locus of control</i> eksternal				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.487 ^a	0,238	0,205	2,62033
a. Predictors: (Constant), <i>financial technology</i> x <i>locus of control</i> internal, <i>locus of control</i> internal, <i>financial technology</i>				

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	0,455	0,432	2,21444
a. Predictors: (Constant), <i>financial technology</i> x <i>locus of control</i> eksternal, <i>financial technology</i> , <i>locus of control</i> eksternal				

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10,5012	19,1133	13,5405	1,99496	74
Std. Predicted Value	-1,524	2,793	0,000	1,000	74
Standard Error of Predicted Value	0,329	0,896	0,617	0,156	74
Adjusted Predicted Value	10,9929	19,3319	13,5336	2,02488	74
Residual	-6,05623	6,09450	0,00000	2,15765	74
Std. Residual	-2,709	2,726	0,000	0,965	74

Stud. Residual	-2,806	2,972	0,001	1,011	74
Deleted Residual	-6,49799	7,24433	0,00696	2,37079	74
Stud. Deleted Residual	-2,962	3,163	0,001	1,037	74
Mahal. Distance	0,597	10,727	4,932	2,894	74
Cook's Distance	0,000	0,278	0,017	0,039	74
Centered Leverage Value	0,008	0,147	0,068	0,040	74
a. Dependent Variable: perilaku konsumtif					

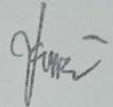
Lampiran 11 Halaman Persetujuan Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Palopo yang dimoderasi *Locus Of Control*” yang ditulis oleh Mutmainnah dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020003, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Kamis, 10 Juli 2025, tanggal bertepatan dengan 14 Muharram 1447 H. telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.

()

Ketua Sidang

tanggal: 21 Juli 2025

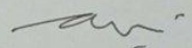
2. Ilham, S.Ag., M.A.

()

Sekretaris Sidang

tanggal: 21 Juli 2025

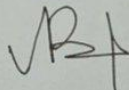
3. Prof. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M.

()

Penguji I

tanggal: 18 - 7 - 2025

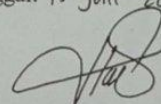
4. Arsyad L, S.Si., M.Si.

()

Penguji II

tanggal: 15 Juli 2025

5. Umar, S.E., M.SE.

()

Pembimbing

tanggal: 21 Juli 2025

Lampiran 12 Tim Verifikasi Naskah Skripsi

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. : 1 (Satu) Skripsi

Hal : Skripsi an. Mutmainnah

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di-

Palopo

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Mutmainnah

NIM : 21 0402 0003

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Penggunaan *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Palopo yang dimoderasi *Locus Of Control*

Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut:

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tim Verifikasi

1. Agusalin Sanusi, S.E., M.M.

Tanggal: 18-07-2025

2. Eka Widiastuti, S.E.

Tanggal: 21 Juli 2025

(Moh)
(Eka)

RIWAYAT HIDUP



Mutmainnah, lahir di Malangke pada tanggal 29 Oktober 2002. Penulis merupakan anak ke tiga dari 8 bersaudara dari pasangan bapak Tareke dan ibu Mahirah. Saat ini, penulis beralamat di Jalan Cakalang Jaya, Kelurahan Surutanga, Kecamatan Wara Timur, Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis di selesaikann pada tahun 2015 di MI DDI 1 Kota Palopo. Kemudian di tahun yang sama melanjutkan Pendidikan di MTsN Model Kota Palopo hingga tahun 2018. Kemudian melanjutkan Pendidikan di MAN Palopo hingga tahun 2021. Pada saat menempuh pendididkan di Tsanawiyah hingga Aliyah penulis aktif dalam organisasi pramuka dan banyak mengikuti kegiatan lomba antar sekolah. Pada tahun 2019 penulis mengikuti lomba kompetisi sains madrasah tahun 2019 tingkat Kota Palopo pada kategori ekonomi terintegritas. Penulis melanjutkan Pendidikan Sarjana pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Selama kuliah, penulis juga aktif dalam Organisasi KSEI SEA IAIN Palopo.