

**PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN
KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

Oleh:

ANDREE MAULANA
NPM: 2102120095



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2025**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 14 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

ANDREE MAULANA
NPM: 2102120095

Dengan judul:

**PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN
KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi
Manajemen

Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK. 19850710 201506 2 001

Pembimbing I

Dr. Zuraidah, S.E., M.M
NIK. 19770123 200807 2 001

Pembimbing II

Rusnaldi, S.E., M.Si
NIK. 19790615 200507 1 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Marlizar, S.E., M.M
NIK. 19820911 201306 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 14 Agustus 2025

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

ANDREE MAULANA
NPM: 2102120095

Dengan judul:

**PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN
KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal, 6 Agustus 2025

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua


Dr. Zuraidah, S.E., M.M
NIK. 19770123 200807 2 001

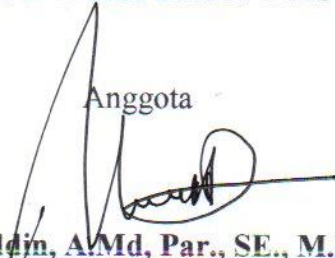
Sekretaris


Rusnaldi, S.E., M.Si
NIK. 19790615 200507 1 001

Anggota


Dr. Erlinda, S.E., M.Si
NIK. 19681230 200501 2 002

Anggota


Mahyuddin, A.Md, Par., SE., M.Par
NIK. 19740217 200201 1 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Tuwisna, S.E., M.M
NIK. 19850710 201506 2 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU”

Banda Aceh, 14 Agustus 2025
Yang Menyatakan




ANDREE MAULANA

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andree Maulana
NPM : 2102120095
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 14 Agustus 2025

Banda Aceh, 14 Agustus 2025
Yang Menyatakan



ANDREE MAULANA

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh E-commerce, Financial Technology, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Aceh.

Shalawat dan salam penulis haturkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh cahaya ilmu pengetahuan dan iman. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua dan keluarga penulis tercinta, Ayahanda Herman dan Ibunda Nilawati, serta Adik-adik tercinta Devira Ananda dan Alifa Salwa, terimakasih atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang tulus yang tak pernah terputus, semangat dan pengorbanan mereka selalu menjadi sumber motivasi utama penulis untuk menyelesaikan pendidikan ini.

2. Bapak Dr. Marlizar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh atas kebijakan, dukungan, dan fasilitas yang diberikan selama masa studi.
3. Ibu Syamsidar, S.E., M.Si., Ak. selaku wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Aceh yang dengan penuh kesabaran, perhatian, motivasi dan arahan bagi penulis.
4. Ibu Dr. Tuwisna, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang dengan penuh kesabaran, perhatian, motivasi dan arahan bagi penulis.
5. Ibu Suryani Murad, S.E., M.Si selaku Ketua Laboratorium Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang dengan penuh kesabaran, perhatian, motivasi, dan arahan telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Zuraidah, S.E., M.M selaku pembimbing Pertama, yang dengan penuh kesabaran, perhatian, motivasi dan arahan dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Rusnaldi, S.E., M.Si selaku pembimbing Kedua, yang dengan penuh kesabaran, perhatian, motivasi dan arahan dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengalaman yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyusunan skripsi yaitu Arif Fadillah, Aan Alfahrezi, Aqilillah, Basrawie,

Ajay Muswin Nawaf, Aidil Kalang, Sultan, M. Nabil, Rian, Nayotama, Laura Safitri, Rita Febri Salsabila, Fazira, Iklima Zuhra, Anisya Alwinda, Novrizal Aulia, Husnul Muradi, (KKN Lambaro Tunong).

10. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, saya berterimakasih telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap bantuan, sekecil apapun, sangat saya hargai dan menjadi bagian dari keberhasilan ini.
11. Kepada Manchester United selaku klub sepak bola kebanggaan penulis. Terimakasih telah mengajarkan penulis tentang apa arti kesabaran dalam mencapai suatu tujuan, dan mengajarkan penulis untuk lebih menghargai sebuah proses. Dengan menonton Manchester United memberikan motivasi yang cukup kepada penulis untuk terus maju, berusaha, dan menerima arti kegagalan serta kehilangan sebagai proses penempaan menghadapi dinamika hidup. Terimakasih telah menemani penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung. Glory-Glory Man United
12. *Last but not least, **I wanna thank me.** I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no day off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive. I wanna thank me for tryna do more right than wrong. I wanna thank me just being me at all times.*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri, dunia akademik, maupun pihak-pihak lain yang membacanya.

Banda Aceh, Juli 2025

Penulis

Andree Maulana

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT.....	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
 BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	 11
2.1 Landasan Teoritis.....	11
2.1.1 E-commerce.....	11
2.1.2 Financial Technology	16
2.1.3 Literasi Keuangan	20
2.1.4 Perilaku Manajemen Keuangan	23
2.2 Peneliti Sebelumnya.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN	 31
3.1 Desain Penelitian	31
3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian.....	31
3.1.2 Jenis Penelitian	31
3.1.3 Horizon Waktu.....	32
3.1.4 Unit Analisis	32
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4 Skala Pengukuran.....	35
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.6 Peralatan Analisis Data	37
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	37
3.6.2 Uji Normalitas	38
3.6.3 Uji Multikolonieritas.....	38
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas	38
3.6.5 Pengujian Hipotesis	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 40
4.1 Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Aceh	40
4.1.1 Sejarah Singkat	40
4.1.2 Visi dan Misi	42

4.2	Karakteristik Responden.....	43
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	46
4.3.1	Deskripsi Variabel Perilaku Manajemen Keuangan	46
4.3.2	Deskripsi Variabel E-commerce.....	48
4.3.3	Deskripsi Variabel Financial Technology	49
4.3.4	Deskripsi Variabel Literasi keuangan	51
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	52
4.5	Pengujian Asumsi Klasik	54
4.5.1	Uji Normalitas.....	54
4.5.2	Uji Multikolineritas	55
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	56
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.6.1	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.6.2	Koefisien Korelasi dan Determinasi	59
4.6.3	Pembuktian Hipotesis	61
4.7	Implikasi Hasil Penelitian.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.1	Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	27
Tabel 3.1 Horizon Waktu	32
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	35
Tabel 3.3 Operasional dan Variabel Indikator	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	43
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	44
Tabel 4.3 Usia Responden.....	45
Tabel 4.4 Tahun Angkatan Responden.....	45
Tabel 4.5 Status Responden	46
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Perilaku Manajemen Keuangan	47
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel <i>E-commerce</i>	48
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel <i>Financial Technology</i>	49
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan	51
Tabel 4.10 Uji Validitas Kuesioner Penelitian	53
Tabel 4.11 Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolineritas.....	56
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.14 Hasil Analisis Korelasi dan Korelasi Determinasi.....	60
Tabel 4.15 Hasil Uji t (Uji Parsial).....	62
Tabel 4.16 Hasil Uji f (Simultan)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	74
Lampiran 2 Data Kuesioner	77
Lampiran 3 Output SPSS	79
Lampiran 4 Tabel r, Tabel t, dan Tabel f	92

**PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, DAN
LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN
KEUANGAN MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

ANDREE MAULANA
2102120095

Pembimbing 1: Ibu Dr. Zuraidah, S.E., M.M

Pembimbing 2: Bapak Rusnaldi, S.E., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi terdiri dari mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh Angkatan 2021 sampai 2024 yang berjumlah 619 mahasiswa, dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang menggunakan skala likert sebagai alat ukur, dengan jumlah responden adalah 86 mahasiswa, selanjutnya analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS Statistic 26 menunjukkan bahwa secara parsial *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa, *financial technology* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Secara simultan, *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa secara Bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa.

Kata kunci: *E-commerce*, *financial*, literasi, perilaku, mahasiswa

***THE INFLUENCE OF E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY, AND
FINANCIAL LITERACY ON THE BEHAVIOR THE FINANCIAL
MANAGEMENT PROGRAM OF MANAGEMENT STUDENTS OF
MUHAMMADIYAH ACEH UNIVERSITY***

ANDREE MAULANA
2102120095

Advisor 1: Dr. Zuraidah, S.E., M.M

Advisor 2: Bapak Rusnaldi, S.E., M.Si

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of e-commerce, financial technology, and financial literacy on the financial management behavior of students in the Management Study Program at Universitas Muhammadiyah Aceh. The research method used is quantitative. The population consists of students from the Management Study Program at Universitas Muhammadiyah Aceh from the 2021 to 2024 cohorts, totaling 619 students. The sample was determined using the Slovin formula. Data were collected through the distribution of questionnaires using a Likert scale as a measurement tool, with a total of 86 respondents. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS Statistics 26. The results show that partially, e-commerce has no significant effect on students' financial management behavior, financial technology also has no significant effect on students' financial management behavior, while financial literacy has a significant effect on students' financial management behavior. Simultaneously, e-commerce, financial technology, and financial literacy together have a significant effect on students' financial management behavior.

Keywords: *E-commerce, financial, literacy, behavior, students.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin canggih dengan dukungan internet menyebabkan banyak sekali perubahan termasuk perubahan dalam gaya hidup. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2022 menyebutkan bahwa jumlah penduduk terkoneksi internet di Indonesia mencapai 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa penduduk Indonesia tahun 2021, dengan tingkat penetrasi mencapai 77,02 % (Arif, 2022). Internet membuat sesuatu hal menjadi lebih mudah. Dengan adanya bisnis online (*e-commerce*) dan keuangan digital (*financial technology*) hidup terasa menjadi lebih mudah dan lebih modern.

Akses terhadap pembelanjaan dan layanan keuangan dapat memicu perilaku konsumtif dan keputusan manajemen keuangan yang tidak bijaksana, khususnya bagi individu yang memiliki literasi keuangan yang sangat rendah. Oleh karena itu literasi menjadi faktor penting yang harus diperhatikan. Literasi keuangan mencakup pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk pengelolaan tabungan dan hutang, investasi, dan asuransi.

Dalam perilaku manajemen keuangan, kemudahan yang ditawarkan *e-commerce* dan *financial technology* harus diimbangi dengan pemahaman yang baik tentang cara mengelola keuangan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengontrol pengeluarannya,

memanfaatkan teknologi keuangan secara bijak, dan merencanakan keuangan jangka panjang dengan lebih baik.

Perilaku manajemen keuangan dapat melihat pendekatan seseorang dalam pengambilan keputusan. Perilaku manajemen keuangan seseorang tumbuh dari sebuah sikap positif untuk mengelola sumber daya keuangan yang dimilikinya dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan (Puspita & Isnalita, 2019) Menurut (Jayanti & Tito Permadhy, 2020) terdapat beberapa indikator perilaku manajemen keuangan diantaranya yaitu perencanaan keuangan, penganggaran keuangan, evaluasi keuangan, dan pengendalian keuangan.

Berdasarkan pendapat peneliti terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa perilaku manajemen keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangannya seperti kegiatan perencanaan keuangan, penganggaran, evaluasi keuangan, dan pengendalian keuangan. Dalam penelitian ini pengertian perilaku manajemen keuangan mengacu pada pendapat karena dapat mencakup indikator untuk mengukur variabel perilaku manajemen keuangan.

Aplikasi *e-commerce* dapat dilakukan dengan mudah melalui handphone. Dimana saja dan kapan saja pengguna bisa mengaksesnya secara bebas. Namun sayangnya bagi sebagian orang kehadiran aplikasi *e-commerce* justru mendorong seseorang menjadi pribadi yang kurang mengetahui tentang pengelolaan keuangan mereka. *E-commerce* ialah suatu transaksi jual beli secara elektronik berbasis komputer dan internet yang memberikan kemudahan pada konsumen. Tidak hanya kemudahan bagi konsumen, namun juga

membuka kesempatan baru bagi pelaku usaha untuk meraih target pasar yang lebih luas. Seiring berjalannya waktu, adanya peralihan akan pola belanja serta perilaku konsumsi yang cenderung mengedepankan *e-commerce* karena dianggap lebih mempunyai keunggulan yang lebih jika dibandingkan dengan berbelanja secara konvensional.

Tiap individu dalam memenuhi kebutuhannya pasti memiliki tingkat pengeluaran yang berbeda dimana disesuaikan dengan faktor pendorongnya. jika dilihat dari faktor usia, rata-rata yang banyak menjadi konsumen yaitu anak muda hingga orang dewasa. Selain faktor usia, faktor gender juga turut berkontribusi pada penempatan konsumen tertinggi dalam belanja, pihak perempuan menjadi tokoh utama yang sering melakukan konsumsi (Abadi, 2020)

Dari faktor status sosial, terdapat mahasiswa yang menjadi salah satu konsumen dengan daya beli yang tinggi. Karena mahasiswa tergolong dalam usia muda yang mana tingkat akan keinginan terhadap sesuatu tergolong tinggi. Dengan pemahaman teknologi yang sangat mahir, dalam kesehariannya mereka tidak bisa terlepas dari penggunaan gadget, sehingga hal yang ditampilkan melalui layar gadget cenderung menimbulkan keinginan untuk segera memiliki dan pada akhirnya akan terjadi proses belanja online.

Menurut data Kemkominfo, per akhir Februari 2019 pertumbuhan nilai *e-commerce* di Indonesia tertinggi di dunia, yakni mencapai 78 persen (SkalaNews.com, 2019). Data ini menyiratkan mayoritas masyarakat Indonesia telah menggunakan *e-commerce*. Kondisi ini menunjukkan bahwa kondisi *e-*

commerce di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Pesatnya perkembangan *e-commerce* ini mendorong banyak perusahaan menciptakan layanan jasa pendukung *e-commerce*.

Selain semakin populernya aplikasi *e-commerce*, penggunaan *financial technology* saat ini juga semakin meningkat seiring perkembangan zaman. Di era revolusi 4.0 yang serba digital, sistem keuangan juga turut berkembang salah satunya melalui kehadiran *financial technology*. *Financial technology* merupakan software penyedia jasa keuangan (Jerri et al., 2022)

Adanya keuangan digital ini memberikan suatu kemudahan dan kenyamanan bagi para penggunanya, karena bisa diakses dengan mudah tanpa ada batas ruang dan waktu. Penggunaan *financial technology* membuat sistem pembayaran dalam transaksi jual beli menjadi lebih efektif dan efisien. Penggunaan *financial technology* dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kemudahan, kepercayaan dan efektivitas yang dipersiapkan oleh para penggunanya (Noviyanti, 2021). Persepsi kemudahan menggambarkan persepsi kemudahan dalam bertransaksi.

Persepsi kepercayaan menjadi suatu hal yang penting karena konsumen akan memakai aplikasi *financial technology* jika dapat dipercaya. Adapun persepsi efektivitas menggambarkan bahwa hasil dari suatu teknologi sesuai dengan tujuan penggunaannya.

Teknologi keuangan (*financial technology*) merupakan inovasi yang sejalan dengan kampanye dari Bank Indonesia yaitu GNNT (Gerakan Nasional Non Tunai). GNNT digemakan sejak tahun 2014 untuk memberikan kesadaran

kepada masyarakat mengenai instrumen pembayaran non-tunai (Chusnah, 2020) Berdasarkan data Bank Indonesia per 3 Juli 2020 terdapat 3,82 juta merchant financial technology yang telah mengadopsi *Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS)*.

Salah satu contoh alat pembayaran non-tunai adalah *e-wallet* (dompet digital seperti aplikasi DANA, ovo, gopay, link aja, shopeepay, dll). Dengan adanya dompet digital ini menimbulkan kelebihan dan kekurangannya. Kelebihannya adalah mempermudah transaksi, aman serta dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Adapun yang menjadi kekurangannya adalah berbagai kemudahan tersebut justru memberi efek semakin meningkatnya perilaku konsumtif, konsumen menjadi tidak disiplin dalam berbelanja. Tidak adanya perencanaan dalam berbelanja menyebabkan peluang terjadinya pembelian tidak terencana menjadi lebih besar.

Beberapa mahasiswa menjadi lebih sadar akan pentingnya pencatatan dan perencanaan keuangan berkat fitur-fitur pengelolaan keuangan otomatis yang ditawarkan oleh aplikasi *financial technology*. Disisi lain, kemudahan akses terhadap layanan kredit digital dan sistem “beli sekarang bayar nanti (*Buy Now Pay Later/PayLater*)” mendorong perilaku konsumtif dan potensi ketergantungan terhadap hutang. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana *financial technology* membentuk perilaku manajemen keuangan mahasiswa.

literasi keuangan yaitu syarat wajib bagi setiap orang untuk menghindari masalah keuangan literasi keuangan adalah kemampuan tentang pengetahuan

sesorang yang berkaitan dengan pengelolaan finansialnya, dan dengan kemampuan literasi finansial seseorang akan berdampak pada peningkatan taraf hidup seseorang tersebut (Sholeh, 2019).

Di era globalisasi ini banyak sekali perubahan terutama pada perilaku manajemen keuangan mahasiswa, generasi muda cenderung mudah terbawa arus globalisasi. Terlebih lagi anak muda menjadi sasaran oleh para pelaku bisnis untuk mengkonsumsi barang mereka. Pentingnya mahasiswa menguasai literasi keuangan yaitu mereka menjadi lebih maksimum dalam mengelola keuangan mereka, bukan hanya untuk memenuhi keinginan mereka saja sehingga mereka menjadi lebih bijak dalam menggunakan uang mereka. Kurangnya literasi keuangan ini sering kali berdampak negatif pada perilaku manajemen keuangan mahasiswa.

Meskipun sebenarnya dasar-dasar literasi keuangan sudah diajarkan sejak dini oleh keluarga, guru, maupun teman mereka, tetapi masih banyak dari mereka yang merasa acuh pada literasi keuangan ini dan menggunakan uang mereka dengan sesuka hati. Di perguruan tinggi juga masih kurang pembelajaran literasi keuangan untuk diri sendiri, biasanya hanya di ajarkan bagaimana mengolah uang diperusahaan, dalam kasus ini kebanyakan mahasiswa belum bisa menghasilkan uang mereka sendiri sehingga masih banyak yang bergantung pada pemberian orang tua yang terbatas.

Pemahaman mengenai keuangan biasa juga disebut sebagai literasi keuangan. Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka baik pula

manajemen keuangan individu tersebut. Manajemen keuangan meliputi aktivitas perencanaan, pengelolaan dan pengendalian keuangan yang sangat krusial untuk mencapai kesejahteraan finansial.

Mahasiswa sebagai salah satu kelompok yang aktif dalam penggunaan teknologi digital sering kali menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka. Dengan adanya *e-commerce*, mahasiswa lebih mudah untuk melakukan transaksi belanja secara online, yang sering kali mendorong perilaku konsumtif jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Sementara itu, *financial technology* juga menawarkan berbagai kemudahan, seperti pembayaran digital, pinjaman online, dan investasi yang dapat memberikan manfaat maupun resiko bagi penggunanya.

Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan bagaimana mahasiswa mengelola keuangan mereka. Pemahaman yang baik mengenai konsep dasar keuangan, perencanaan anggaran, dan pengelolaan resiko dapat membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak. Sebaliknya rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan mahasiswa terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat, seperti penggunaan pinjaman online tanpa perhitungan yang matang atau belanja impulsif di *platform e-commerce*.

Berdasarkan survey awal yang dilakukan pada tanggal 25 November 2024 pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Kendala yang dihadapi oleh mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh adalah bagaimana mengelola keuangan ditengah

maraknya perkembangan *e-commerce* dan *financial technology*. Meningkatnya konsumtif membuat mahasiswa tidak dapat mengontrol pengeluaran yang berlebihan, sehingga literasi keuangan berperan penting dalam mengatur keuangan pribadi mahasiswa.

Dalam konteks mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, fenomena ini menunjukkan perlunya literasi keuangan yang berfokus pada perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan mahasiswa, seperti kegiatan perencanaan keuangan, penganggaran, evaluasi keuangan, dan pengendalian keuangan.

Bedasarkan uraian latar belakang masalah diatas, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa program studi manajemen dengan judul **“pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Seberapa besar pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Seberapa besar pengaruh *financial technology* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

4. Seberapa besar pengaruh *e-commerce*, *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Untuk menguji dan menganalisis secara simultan antara *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur dan teori terkait hubungan antara *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan, terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan kepada mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan dalam mengelola keuangan secara bijak, terutama di tengah kemudahan akses *e-commerce* dan *financial technology*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya mencakup mahasiswa prodi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh yang fokus pada penggunaan *platform e-commerce* (Shopee, Tokopedia, Tiktok shop, dan lain-lain), *financial technology* (DANA, Gopay, OVO, Shopeepay, Mobile Banking, dan lain-lain), dan literasi keuangan sebagai variabel independen, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal seperti pengaruh keluarga atau budaya setempat.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan teoritis

2.1.1 *E-commerce*

e-commerce ialah suatu transaksi jual beli secara elektronik berbasis komputer dan internet (Ainy, 2020). *E-commerce* memungkinkan suatu usaha dapat berkembang pesat karena dapat menjangkau semua negara. Transaksi pembayaran dalam bisnis online lebih mudah, murah dan praktis dengan adanya berbagai pilihan trading. Menurut (Wellyantama & Krisnadi, 2022) *e-commerce* adalah proses pembelian, penjualan, pertukaran produk jasa dan informasi dengan bantuan jaringan komputer (Susanto & Savira, 2021)

e-commerce mempunyai 5 (lima) konsep dasar yaitu: *Automation*, *Streaming/Integration*, *Publishing*, *Interaction*, dan *Transaction*. Setidaknya terdapat 7 (tujuh) jenis *e-commerce* seperti: *Business to Business (B2B)*, *Business to Consumer (B2C)*, *Customer to Customer (C2C)*, *Consumer to Business (C2B)*, *Business to Administration (B2A)*, *Consumer to Administration (C2A)*, *Online to Online (O2O)* (Sartika, 2024).

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pada penggunaan *e-commerce* di era digital saat ini memungkinkan mahasiswa beralih ke *e-commerce* karena kemajuan teknologi dan internet yang memudahkan mereka untuk memulai bisnis sendiri. Dengan *e-commerce*, mahasiswa dapat menjalankan toko online dengan biaya terjangkau dan menjual produk atau jasa secara efektif. Selain itu, fleksibilitas

waktu yang ditawarkan oleh *e-commerce* memungkinkan mahasiswa untuk mengatur jadwal mereka dengan lebih baik antara kuliah dan bisnis. Dengan *e-commerce*, mereka juga dapat menjangkau pelanggan di berbagai wilayah, meningkatkan potensi pendapatan.

Menjalankan bisnis *e-commerce* juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan, seperti pemasaran digital, manajemen stok, layanan pelanggan, dan analisis data. Terakhir, *e-commerce* memberikan platform ideal bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan ide-ide kreatif dan inovatif mereka tanpa biaya besar.

1. Hadiah dan *Cashback*

Shopee sering mengadakan event khusus seperti *cashback* pada tanggal cantik, misalnya *cashback* pada tanggal satu bulan satu. Semua pengguna berkesempatan mendapatkan hadiah atau *cashback* melalui fitur seperti ShopeePay. Hal ini mendorong mahasiswa untuk membeli produk demi memperoleh hadiah atau diskon karena tergiur dengan banyaknya *cashback* yang ditawarkan

2. Peran harga dalam bisnis online atau *e-commerce*

Dalam lingkungan *e-commerce*, mahasiswa dapat menemukan berbagai macam produk fashion dengan harga bersaing. Keberagaman produk dan harga yang ditawarkan memberikan konsumen fleksibilitas dalam memilih sesuai dengan anggaran yang dimiliki. Konsumen memiliki kemampuan untuk menilai harga antara barang satu dengan baranglain, baik dalam hal kualitas maupun kuantitas produk fashion tersebut. Adanya kemampuan

untuk membandingkan harga secara langsung, konsumen dapat membuat keputusan berdasarkan pertimbangan yang matang, memastikan untuk mendapatkan nilai terbaik sesuai preferensi dan anggaran mereka. Oleh karena itu, harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks *e-commerce* produk fashion (Putri & Sumaryono, 2021)

3. Kemudahan penggunaan

saat ini, tren jual beli melalui platform online semakin populer karena kemudahan yang ditawarkan kepada pengguna. Penggunaan online shop memberikan kemudahan dalam mempelajari, menggunakan, dan mengoperasikan platform sesuai dengan keinginan pengguna. Fleksibilitas penggunaan juga menjadi alasan utama konsumen dalam memilih berbelanja secara online. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh online shop menjadikan bisnis online sebagai tren yang berkembang pesat.

4. Kualitas produk yang ditawarkan

Menurut ('Ainy, 2020) salah satu faktor yang membuat mahasiswa memilih berbelanja di *e-commerce* adalah kualitas produk. Pengaruh kualitas produk terhadap preferensi mahasiswa dalam melakukan belanja online sangatlah penting. Mahasiswa cenderung mencari produk yang memiliki kualitas yang baik, baik dari segi bahan, desain, fungsi, dan performa. Mereka ingin memastikan bahwa produk yang mereka beli memiliki nilai yang sesuai dengan harga yang mereka bayar. Dalam konteks *e-commerce*, mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai sumber informasi, seperti deskripsi produk,

gambar, dan ulasan pelanggan, untuk mengevaluasi kualitas produk sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Ulasan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam mempengaruhi preferensi mahasiswa, karena mereka dapat melihat pengalaman orang lain yang telah menggunakan produk tersebut.

5. Ketersediaan Barang

mahasiswa menghadapi situasi di mana barang yang mereka cari sulit ditemukan di daerah tempat tinggal atau kost mereka. Misalnya, jika seorang mahasiswa mencari barang A dan ternyata barang tersebut kosong di Jawa, namun tersedia di toko online yang berlokasi di Kalimantan, maka mereka harus membeli barang tersebut dari toko online yang berada di Kalimantan. Dalam hal ini, ketersediaan barang di pasaran menjadi faktor penentu yang mempengaruhi keputusan mahasiswa. Mahasiswa harus mempertimbangkan pilihan antara mencari alternatif barang yang serupa yang tersedia di daerah mereka atau memilih untuk membeli dari toko online di tempat lain. Keberadaan *e-commerce* memungkinkan mahasiswa untuk mengatasi kendala ketersediaan barang di daerah atau area kost mereka dengan memanfaatkan akses ke toko online yang berlokasi di tempat lain.

Menurut (Anggaraeni & Widayati, 2022) terdapat empat indikator pada *e-commerce* yaitu:

1. Gratis Ongkir

Gratis ongkir adalah singkatan dari “gratis ongkos kirim” biasanya sering dipergunakan dalam berbelanja online. Penjual atau *platform e-commerce* menawarkan pengiriman barang tanpa mengenakan ongkos kirim kepada pembeli. Penawaran ini sering digunakan oleh penjual atau *e-commerce* dalam strategi pemasaran agar menarik perhatian pembeli.

2. *Cashback*

Cashback adalah bentuk dari pengembalian sebagian uang kepada pembeli setelah melakukan transaksi. *Cashback* biasanya diberikan dalam bentuk uang tunai, saldo *e-wallet* atau dompet digital, atau kredit belanja untuk pembelian selanjutnya. *Cashback* juga salah satu strategi dalam pemasaran agar menarik perhatian pembeli.

3. Metode Pembayaran

Metode pembayaran adalah cara yang dilakukan dalam melakukan pembayaran untuk menyelesaikan transaksi. Dalam metode pembayaran ini terdapat berbagai jenis transaksi baik secara *online* maupun *offline* seperti, tunai (*cash*), transfer bank, kartu debit/kredit, dompet digital atau *e-wallet*, *cash on delivery* (COD), *virtual account*, *paylater*, *quick response code* Indonesian standard (QRIS). Metode pembayaran adalah langkah yang digunakan oleh penjual atau *e-commerce* untuk mempermudah pembeli dalam melakukan transaksi.

4. Harga Barang

Harga barang adalah jumlah yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk. Produk yang ditawarkan memiliki harga yang bervariasi tergantung jenis barang, kualitas, merek, lokasi, dan kondisi pasar. Ada beberapa hal penting dalam harga barang yaitu: harga promo, harga grosir, harga eceran dan harga diskon. Harga tersebut yang menjadikan minat bagi pembeli pada *platform e-commerce*.

2.1.2 Financial Technology

Dampak era digital pada bidang keuangan diantaranya adalah peralihan metode pembayaran tunai menjadi non tunai melalui LKD (Layanan Keuangan Digital). LKD menyelenggarakan jasa pembayaran dan keuangan berbasis teknologi digital. LKD dapat diselenggarakan oleh masyarakat umum (bukan karyawan bank), dan mendapat lisensi. Persaingan antar produk *financial technology* membuat perusahaan keuangan semakin kompetitif utamanya dalam memberikan penawaran yang menarik, fitur-fitur yang sesuai dengan kebutuhan konsumen di masa depan, serta cara pemakaian yang sederhana namun efektif.

Menurut Bank Indonesia *financial technology* adalah sebuah sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis tertentu *financial technology* berdampak pada stabilitas moneter suatu negara (Jerri et al., 2022b). Kemunculan *financial technology* dipicu oleh perubahan gaya hidup masyarakat yang saat ini tidak dapat dilepaskan dari peran teknologi. Fenomena *financial technology* sudah berkembang di Indonesia dikarenakan industri keuangan tradisional terdapat hal-hal yang menjadi kesulitan

bagi masyarakat seperti perbankan terkait aturan yang ketat, daerah-daerah tertentu yang belum terjangkau perbankan tradisional.

Hadirnya *financial technology* di kalangan masyarakat Indonesia mendapatkan banyak kemudahan yang berasal dari *financial technology* tersebut seperti, mudah dalam melayani konsumen dalam arti dapat dimana dan kapan saja, lalu ada informasi yang cepat, *financial technology* menghadirkan informasi yang cepat dikarenakan menggabungkan teknologi terhadap finansial, selanjutnya proses cepat menjadi salah satu kelebihan dari *financial technology* yang dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan bahwa perkembangan dari 7% pada tahun 2006/2007 naik menjadi 78% pada tahun 2006/2007 jumlah penggunaan *financial technology* yang tercatat sebesar 135-140 perusahaan dengan porsi dominan berbisnis *payment* (43%), pinjaman (17%), dan sisanya berbentuk *aggregator*, *crowdfunding* dan lain-lain.

Tujuan *financial technology* adalah untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi keuangan secara online, meningkatkan literasi keuangan, dan mewujudkan inklusi keuangan (Chusnah & Indriana, 2020). Bank Indonesia membagi *financial technology* menjadi 6 klasifikasi, yaitu *Crowdfunding*, *Peer Lending*, *Market Aggregator*, *Risk*, *Investment Management*, *Payment*, *Settlement* dan *Clearing*.

Menurut (Kusuma Dewi, 2023) terdapat jenis-jenis *financial technology* yang berkembang di Indonesia yaitu:

1. *Crowdfunding*

Crowdfunding dapat juga dikatakan dengan penggalangan dana. Dengan adanya teknologi *financial technology* dengan jenis *crowdfunding* Masyarakat bisa melakukan penggalangan dana dan berdonasi kepada program sosial yang mereka perlukan.

2. *Microfinancing*

Microfinancing merupakan jenis layanan *financial technology* yang berguna untuk Masyarakat kelas menengah kebawah karena pada jenis layanan ini menyediakan layanan keuangan yang dapat membantu kehidupan serta keuangan mereka. Pada *microfinancing* menyediakan layanan penyaluran secara langsung modal usaha dari pemilik dana kepada orang yang membutuhkan dana. Sehingga dari layanan keuangan ini diharapkan Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh modal usaha untuk pengembangan usaha mereka.

3. P2P Lending Service (*Peer to peer lending service*)

P2P *lending* merupakan jenis *financial technology* yang menyediakan layanan pinjam meminjam untuk masyarakat. Adanya P2P *lending* masyarakat bisa meminjam uang secara lebih mudah tanpa melalui proses yang rumit yang sering terjadi pada bank konvensional.

4. *Market Comparsion*

Market comparsion dapat berguna untuk melakukan perbandingan antara berbagai jenis produk keuangan dari penyedia jasa keuangan. *Market comparsion* juga bermanfaat untuk perencanaan finansial. Dengan jenis *financial technology* kita dapat memperoleh berbagai pilihan investasi untuk kebutuhan dimasa yang akan mendatang.

5. *Digital Payment System*

Digital payment system ialah teknologi dalam bidang keuangan yang menyediakan layanan pembayaran. Dengan ini masyarakat dapat melakukan berbagai pembayaran seperti tagihan listrik, pulsa, kartu kredit maupun lainnya.

Menurut (Rizkiyah, 2021) Indikator yang terdapat pada *financial technology* terbagi menjadi 6 yaitu:

1. *Perceived Benefit* (Manfaat/Keuntungan)

Perceived benefit adalah manfaat atau keuntungan yang dirasakan atau diyakini oleh seseorang ketika menggunakan suatu produk, layanan, atau melakukan suatu tindakan.

2. *Perceived Enjoyment* (Kepuasan)

Perceived enjoyment adalah tingkat kesenangan atau kepuasan yang dirasakan seseorang Ketika menggunakan suatu produk, layanan, atau suatu aktivitas, tanpa mempertimbangkan manfaat fungsionalnya.

3. *Perceived Ease of Payment* (Kemudahan Dalam Transaksi)

Perceived ease of payment adalah persepsi seseorang terhadap kemudahan dalam melakukan pembayaran menggunakan suatu metode atau sistem pembayaran.

4. *Perceived Speed* (Kecepatan)

Perceived speed adalah kecepatan suatu sistem, layanan, atau produk dalam menyelesaikan tugas atau memberikan hasil.

5. Keamanan

Keamanan dalam fintech sangat penting karena layanan ini berkaitan dengan data keuangan dan transaksi pengguna.

6. *Efficiency* (Praktis)

Kepraktisan yang dirasakan pengguna dalam melakukan transaksi pembayaran.

2.1.3 Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah suatu pengukuran kemampuan tiap orang dalam memahami konsep keuangan berdasarkan objek, tujuan, dan manfaat yang dapat diterapkan untuk kepentingan pribadi maupun kelompok (Sukma & Pradana, 2022). Penelitian lain menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan penguasaan individu terhadap pengetahuan keuangan, kemampuan untuk menganalisis dan merealisasikan pengetahuan tersebut dalam situasi sehari-hari, kapasitas dalam memilih tindakan keuangan, dan kesadaran terhadap bahaya yang muncul saat pengambilan keputusan finansial (Humaidi, 2020). Tujuan dari literasi keuangan bukan untuk menghambat kebebasan seseorang dalam menikmati hidup. Sebaliknya, literasi keuangan memungkinkan Masyarakat untuk menggunakan aset

keuangan dengan lebih bijak dalam hidup, dengan berkonsentrasi untuk mencapai tujuan finansial mereka.

Sementara itu, (Hidajat, 2018) menyatakan bahwa literasi keuangan merujuk pada keahlian dalam mengambil keputusan penilaian berdasarkan informasi serta melakukan langkah-langkah yang efektif terkait dengan penggunaan dan manajemen keuangan saat ini dan di masa depan. Hal ini meliputi kemampuan untuk memahami opsi keuangan, perencanaan untuk masa depan, menggunakan uang dengan bijaksana, dan menghadapi berbagai tantangan keuangan yang dapat timbul akibat kejadian-kejadian pada kehidupan, seperti kehilangan pekerjaan, menabung bagi masa pensiun, atau membiayai Pendidikan anak. Sedangkan, menurut (Masdupi & Sabrina, 2019), literasi keuangan menjadi faktor pertama dalam mewujudkan sikap keuangan tiap orang. literasi keuangan memiliki pengaruh besar bagi sikap keuangan pribadi mahasiswa, karena mahasiswa dengan tingkat pemahaman keuangan yang tinggi akan semakin teliti untuk mengatur keuangan dengan sebaik mungkin.

Menurut (Choerudin, 2023), literasi keuangan memiliki sekumpulan manfaat untuk dapat meningkatkan kemakmuran di masa depan. Sekumpulan manfaat tersebut yaitu:

1. Kompeten dalam menangani keuangan.

Kemampuan yang baik dalam literasi keuangan dapat mempermudah pengaturan keuangan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan, seperti manajemen *cashflow* bulanan, perencanaan tahunan, penyediaan dana darurat, asuransi, dan penanaman modal. Pemahaman yang mendalam

terhadap literasi keuangan memudahkan pemilihan strategi dan pengambilan keputusan finansial yang akurat, dan berdampak positif pada kekayaan finansial.

2. Semakin Bijaksana Menggunakan Keuangan

Peningkatan taraf hidup atau kesejahteraan dapat dicapai melalui keterampilan yang baik dalam mengelola produk dan jasa keuangan. Keterampilan ini memungkinkan pemanfaatan sumber daya finansial secara optimal, agar menghasilkan peningkatan kesejahteraan secara signifikan.

3. Menghindari Penipuan

Pemahaman yang cukup terkait literasi keuangan membantu individu menghindari risiko penipuan, seperti skema Ponzi, pinjaman online ilegal, investasi bodong, dan lainnya.

4. Distribusi Kekayaan Merata

Literasi keuangan berkontribusi pada distribusi kekayaan yang lebih merata dalam Masyarakat. Hal ini terjadi karena individu yang memiliki harta atau kekayaan cenderung berinvestasi dalam lembaga keuangan, yang kemudian menghasilkan produk dan jasa keuangan yang bisa digunakan untuk tujuan positif, seperti mendirikan bisnis atau usaha.

Menurut (Ani dkk, 2023) Pada literasi keuangan terdapat 4 indikator yaitu:

1. *General Personal Finance Knowledge* (Pengetahuan Umum)

General Personal Finance Knowledge adalah pengetahuan umum tentang pengelolaan keuangan pribadi, termasuk cara mengatur

pendapatan, pengeluaran, investasi, dan perencanaan keuangan jangka panjang

2. *Savings and Borrowing* (Tabungan dan Pinjaman)

Savings adalah tabungan dari pendapatan yang disisihkan untuk disimpan dan digunakan untuk masa depan, sedangkan *borrowing* adalah pinjaman penggunaan dana dari pihak lain dengan kewajiban untuk mengembalikannya dalam waktu tertentu. Hubungan *savings* dan *borrowing* adalah semakin banyak tabungan maka semakin kecil kebutuhan untuk meminjam.

3. Asuransi (*Insurance*)

Asuransi adalah bentuk perlindungan finansial yang memberikan kompensasi atas resiko tertentu, seperti kecelakaan, sakit, kehilangan, atau kerusakan aset.

4. Investasi (*investment*)

Investasi adalah proses mengalokasikan uang atau sumber daya ke dalam suatu aset atau instrument keuangan dengan harapan mendapatkan keuntungan dimasa depan. Berbeda dengan menabung yang fokus pada keamanan dana, investasi bertujuan untuk meningkatkan nilai aset dalam jangka Panjang

2.1.4 Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa

Perilaku manajemen keuangan adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan. Perilaku manajemen keuangan mencakup tentang bagaimana seseorang dapat mengumpulkan uang, menyimpan uangnya, menggunakan uangnya untuk bertransaksi agar tidak konsumtif, dan melakukan

investasi terhadap uangnya agar uang tersebut produktif. Perilaku manajemen keuangan merupakan kemampuan yang harus dimiliki setiap masyarakat karena mempengaruhi standar hidup dan Kesehatan keuangan (Humaira & Sagoro, 2018)

Perilaku manajemen keuangan merupakan cara seseorang mengelola keuangan yang dilihat dari psikologi serta kebiasaan seseorang. Berperilaku dalam manajemen keuangan merupakan kegiatan mencocokkan arus dana yang masuk dengan rencana keuangan yang dibuat secara efektif (Humaira & Sagoro, 2018). Salah satu fungsi manajemen keuangan adalah keputusan pendanaan, dari mana dana yang didapat dan bagaimana mengelolanya agar bisa menghasilkan keuntungan (Yuniningsih, 2018). Tanpa adanya manajemen keuangan yang benar seseorang akan sulit mengalokasikan keuangannya untuk kegiatan menabung maupun investasi. Menurut (Jayanti & Tito Permadhy, 2020) indikator dalam mengukur variabel perilaku manajemen keuangan adalah:

1. Perencanaan Keuangan

Perancangan keuangan (*Financial Planning*) adalah proses penyusunan strategi untuk mengelola keuangan seseorang atau organisasi guna mencapai tujuan finansial jangka pendek, menengah, dan Panjang.

2. Penganggaran Keuangan

Penganggaran keuangan (*Budgeting*) adalah proses merencanakan dan mengalokasi pendapatan untuk pengeluaran, tabungan, dan investasi dalam periode tertentu baik bulanan maupun tahunan.

3. Evaluasi Keuangan

Evaluasi keuangan adalah proses meninjau dan menganalisis kondisi keuangan seseorang atau organisasi untuk mengetahui seberapa baik pengelolaan keuangan.

4. Pengendalian Keuangan

Pengendalian keuangan adalah proses mengatur dan mengawasi keuangan agar sesuai rencana atau anggaran yang telah dibuat, untuk mencegah pemborosan dan menjaga kesehatan finansial.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani, 2023) dengan judul penelitian Pengaruh *E-commerce* Dan *Financial Technology* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling purposive. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, semua hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima, yaitu penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *e-commerce* dan *financial technology* baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kamilah, 2024) dengan judul penelitian Pengaruh Fintech Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Lancang Kuning. Dengan Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian ini dari hasil analisis data dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Fintech payment memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.

Ada pula penelitian yang dilakukan oleh (Napitupulu, 2021) dengan judul penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. Dengan teknik pengambilan sampel teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil yang diperoleh mahasiswa memiliki perilaku yang tergolong baik menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengaplikasikan pengetahuan dan sikap yang dimiliki pada perilaku pengelolaan keuangannya. Optimalisasi literasi dan sikap keuangan diperlukan, sehingga perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan semakin baik dalam rangka menghadapi permasalahan keuangan yang semakin kompleks dimasa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fitriarianti, 2018) dengan judul penelitian Perilaku Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi. Dengan teknik pengambilan sampel penelitian kuantitatif metode deskriptif. Dengan hasil penelitian linear berganda, uji F, uji t dan koefisien determinasi dengan bantuan program *software* SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi, sedangkan perilaku keuangan dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Gahagho, 2019) dengan judul pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan sumber pendapatan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Unsrat dengan niat sebagai variabel intervening. Dengan teknik pengambilan sampel pengumpulan data melalui kuesioner secara online. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi.

Variabel Sikap Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Variabel Sumber pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Variabel Literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan. Variabel Sikap keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan. Variabel Sumber pendapatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan. Niat investasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel
1	Pengaruh <i>E-commerce</i> dan <i>Financial Technology</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. (Oktaviani dkk, 2023)	Penelitian Kuantitatif	Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa <i>e-commerce</i> dan <i>financial technology</i> baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	<i>E-commerce</i> dan <i>Financial Technology</i>	Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif
2	Pengaruh <i>Fintech Payment</i> dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Lancang Kuning (Kamilah dkk, 2024)	Penelitian Kuantitatif	Penelitian ini dari hasil analisis data dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: <i>Fintech payment</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan.	<i>Financial Technology</i> Literasi Keuangan, dan Perilaku Manajemen Keuangan	Perbedaan Pada Penelitian Ini Adalah Perbedaan Pada Variabel Yaitu <i>E-commerce</i>

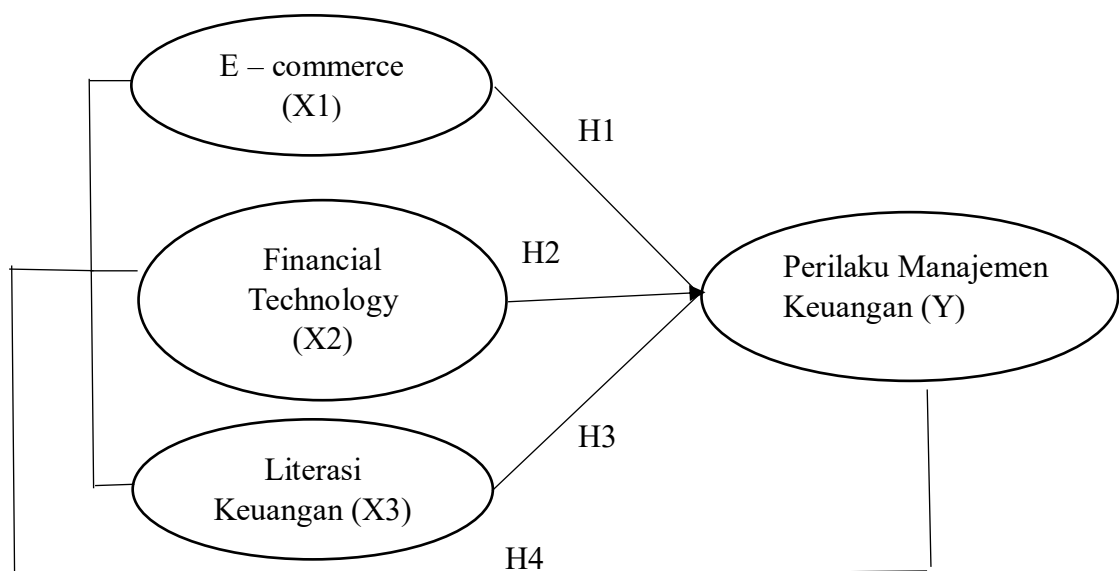
No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel
3	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. (Napitupulu, 2021)	Penelitian Kuantitatif	Mahasiswa memiliki perilaku yang tergolong baik menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengaplikasikan pengetahuan dan sikap yang dimiliki pada perilaku pengelolaan keuangannya. Optimalisasi literasi dan sikap keuangan diperlukan, sehingga perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan semakin baik dalam rangka menghadapi permasalahan keuangan yang semakin kompleks dimasa depan.	Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Perilaku Pengelolaan Keuangan	Perbedaan Pada Variabel Yaitu <i>E-Commerce, Financial Technology</i> , Dan Perilaku Manajemen Keuangan
4	Perilaku Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi. (Fitriarianti, 2018)	Penelitian Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi, sedangkan perilaku keuangan dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi.	Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan	Pada Variabel Penelitian Ini Tidak Ada Variabel <i>E-Commerce, Financial Technology</i> , dan Perilaku Manajemen Keuangan
5	Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan sumber pendapatan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Unsrat dengan niat sebagai variabel intervening. (Gahagho, 2019)	Penelitian Kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Variabel Sikap Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Variabel Sumber pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi.	Literasi Keuangan, Perilaku Pengelolaan Keuangan	<i>E-commerce, Financial Technology</i> , dan perilaku manajemen keuangan

Sumber: Google Scholar

2.4 Kerangka Pemikiran

Pada kerangka pemikiran ini, penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independent yaitu *E-commerce* (X1), *Financial Technology* (X2), dan Literasi Keuangan (X3) terhadap Perilaku Manajemen Keuangan (Y). Berikut adalah Gambaran kerangka pemikiran ini untuk memahami masalah yang akan dibahas:

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya (Ananda Sulistyaningrum, 2025)

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh *e-commerce* secara parsial terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H2: Ada pengaruh *financial technology* secara parsial terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H3: Ada pengaruh literasi keuangan secara parsial terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H4: Ada pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan secara simultan terhadap mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh yang beralamat jln. Kampus unmuha No 91, Batoh, Banda Aceh, Indonesia 23245. Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian kuantitatif deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

3.1.3 Horizon Waktu

Penelitian deskriptif yang digunakan berdasarkan rentang waktu (*time horizon*) yaitu *on shot study*. Menurut Arikunto (2019:124) *one shot studi* merupakan desain penelitian hanya melakukan satu kali *treatment* yang diperkirakan sudah mempunyai pengaruh untuk kemudian diadakan *post-test*.

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Oktober 2024 sampai dengan selesai.

Horizon waktu dapat dilihat pada tabel 3.1:

Tabel 3. 1
Horizon Waktu

Keterangan	Nov 2024	Des 2024	Jan 2024	Feb 2025	Mar 2025	Apr 2025	Mei 2025	Jun 2025	Jul 2025	Agt 2025
Pengajuan Judul Proposal										
Survey awal										
Penyusunan proposal										
Seminar proposal										
Pembagian Kuesioner										
Penelitian dan Penyusunan Skripsi										
Ujian Komprehensif										

3.1.4 Unit Analisis

Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk menghitung unit analisis pada tingkat agregasi yang lebih besar. Karakteristik tingkat analisis yaitu bahwa tingkat yang lebih rendah termaksud dalam tingkat yang lebih tinggi.

Penelitian perlu memutuskan unit analisis bahkan saat kita merumuskan pertanyaan penelitian karena pengumpulan data, ukuran sampel, dan bahkan variabel yang termaksud dalam kerangka kadang ditentukan oleh tingkat dimana data dijumlahkan untuk analisis. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah individu mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah zona regeneralisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono, 2020:57). Populasi pada mahasiswa program studi manajemen Angkatan 2021 sampai 2024 Universitas Muhammadiyah Aceh berjumlah 619 orang yang merupakan mahasiswa aktif program studi manajemen Angkatan 2021 sampai 2024.

Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melakukan penelitian. Penentuan ukuran sampel ini dilakukan menggunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Proses Kelonggaran 10%

$$n = \frac{619}{1 + 619 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{619}{1 + 619 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{619}{1+6,19}$$

$$n = \frac{619}{7,19}$$

$$n = 86,09$$

Dibulatkan menjadi 86 mahasiswa program studi manajemen Angkatan 2021 sampai 2024 Universitas Muhammadiyah Aceh.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dimaksud untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Menurut Sugiyono (2020:139) “Sumber data yang digunakan antara lain:

- 1) Data primer yang diperoleh dari dokumentasi dan daftar pertanyaan (kuesioner). Untuk memperoleh data mengenai variabel yang diteliti maka dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup, yaitu pertanyaan yang dirancang berbentuk pilihan yang telah disediakan.
- 2) Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui artikel majalah pemasaran maupun yang diambil dari internet untuk mendapatkan data-data dalam penelitian ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Studi pustaka, dimaksudkan untuk mendapatkan kajian dasar teoritis yang relevan dengan masalah yang diteliti.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan dengan format tertentu dan berbagai pilihan didalamnya untuk dijawab oleh responden.

3.4 Skala Pengukuran

Dalam kuesioner responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuan mengikuti skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:168) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Sehingga untuk mengetahui pengukuran jawaban responden pada penelitian ini yang mana menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner, penulis menggunakan metode skala likert (*Likert's Summated Ratings*). Pengukuran jawaban responden menggunakan kriteria pembobotan dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2
Instrumen Skala Likert

No	Keterangan pilihan	Skor
1	Sangat tidak setuju	1
2	Tidak setuju	2
3	Kurang setuju	3
4	Setuju	4
5	Sangat setuju	5

Sumber: Arikunto (2019)

3.5 Definisi Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk memberikan kerangka kerja yang jelas bagi peneliti dalam melakukan pengukuran dan analisis, serta

memastikan bahwa semua pihak terlibat memiliki pemahaman yang sama tentang variabel yang diteliti. Berikut ini dikemukakan operasional masing-masing variabel dari variabel *e-commerce*, *financial technology*, literasi keuangan dan perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Untuk lebih lanjut dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 3. 3
Operasional dan Variabel Indikator

Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Penilaian	Item Pertanyaan
Variabel Dependen				
Perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Y)	Perilaku manajemen keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan (Humaira & Sagoro, 2020).	1. Perencanaan Keuangan 2. Penganggaran Keuangan 3. Evaluasi Keuangan 4. Pengendalian Keuangan	Likert 1-5	A1-A4
Variabel Independen				
Variabel	Operasional Variabel	Indikator	Penilaian	Item Pertanyaan
<i>e-commerce</i> (X1)	<i>E-commerce</i> ialah suatu transaksi jual beli secara elektronik berbasis komputer dan internet ('Ainy, 2020).	1. Gratis ongkir 2. <i>Cashback</i> 3. Metode pembayaran 4. Harga barang	Likert 1-5	B1-B4
<i>Financial Technology</i> (X2)	Menurut Bank Indonesia <i>Fintech</i> adalah sebuah sistem keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis tertentu (Jerry et al., 2022b).	1. <i>Perceived Benefit</i> 2. <i>Perceived Enjoyment</i> 3. <i>Perceived Ease of Payment</i> 4. <i>Perceived Speed</i> 5. Keamanan 6. <i>Efficiency</i>	Likert 1-5	C1-C6
Literasi Keuangan	Literasi keuangan adalah suatu pengukuran kemampuan tiap orang dalam memahami konsep keuangan berdasarkan	1. <i>General Personal Finance Knowledge</i>	Likert 1-5	D1-D4

	objek, tujuan, dan manfaat yang dapat diterapkan untuk kepentingan pribadi maupun kelompok (Sukma & Pradana, 2022).	2. <i>Saving and Borrowing</i> 3. Asuransi 4. Investasi		
--	---	---	--	--

3.6 Peralatan Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara 2 atau lebih variabel independen yaitu bertujuan untuk menguji dan pengaruh dari *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa prodi manajemen. Uji regresi memiliki fungsi untuk memprediksi atau meramalkan besarnya nilai variabel Y bila nilai variabel X ditambah beberapa kali. Pada penelitian ini penulis hanya menggunakan dua variabel saja yaitu variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi digunakan untuk menggambarkan garis regresi. Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa
- a = Konstanta
- X₁ = *E-commerce*
- X₂ = *Financial Technology*
- X₃ = Literasi Keuangan
- b₁ b₂ b₃ = Koefesien Regresi
- e = *Error*

3.6.1 Uji Asumsi Klasik

Ghozali (2018) menyatakan uji asumsi klasik merupakan tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linier berganda. Dilakukannya pengujian ini

untuk dapat memberikan kepastian agar koefisien regresi tidak bias serta konsisten dan memiliki ketepatan dalam estimasi. Berikut adalah uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independent memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi yang normal.

3.6.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018). Pengujian multikolonieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Multikolonieritas pada suatu model dapat dilihat jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (0,10) maka model tersebut dapat dikatakan bebas dari multikolonieritas.

3.6.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain menurut Ghozali (2018). Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi dalam penelitian yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Bila signifikan bila

signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 ($0,05 = 5\%$) maka persamaan regresi tersebut mengandung homoskedastitas.

3.6.5 Pengujian Hipotesis

Rancangan pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu parsial (Uji-T) dan simultan (Uji-F) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji T (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya mengukur seberapa besar pengaruh dari satu variable penjelas/independen secara sendiri dalam menjelaskan variasi dari variable dependen.

- Uji T statistik pada dasarnya menunjukkan jika signifikan $> 5\%$ atau 0,05 maka artinya, secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
- Jika t signifikan $<$ atau 0,05 maka artinya secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

2. Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji f statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

- Jika signifikan $> 0,05$ (5%) maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan)
- Jika signifikan $> 0,05$ (5%) maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Aceh

4.1.1 Sejarah Singkat

Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) diresmikan pada tanggal 11 maret 1987. Universitas Muhammadiyah Aceh merupakan pengembangan dari sekolah tinggi ilmu hukum (STIH) Muhammadiyah Banda Aceh yang didirikan pada tahun 1969. Setahun setelah didirikan, tahun 1970, oleh dekan yang pertama A.Wahab Daud, S.H. telah diusulkan kepada kopertis untuk mendapatkan status terdaftar. Kopertis pada saat itu masih berkedudukan dijakarta. Seluruh PTS diwilayah Sumatra bagian utara tunduk ke kopertis Jakarta.

Setelah masa jabatan dekan A. Wahab Daud, S.H. berakhir, maka perguruan tinggi dipimpin oleh dekan Amaliah, S.H. dalam periode ini status terdaftar juga diusahakan. Setelah kepemimpinan Amaliah, S.H. berakhir (1974-1976), perguruan tinggi selanjutnya dipimpin oleh dekan T. Junet, S.H. (1976-1979). Untuk memenuhi ketentuan pemerintah tentang perguruan swasta, maka pada awal tahun 1976 maka nama Fakultas Hukum Ilmu Pengetahuan Masyarakat diubah Namanya menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) Muhamammadiyah Aceh.

Setelah periode dekan T. Juned, S.H., berakhir, mulai 01 Agustus 1979 dekan STIH dijabat oleh H. Zainal Abidin Abubakar, S.H. Pada tahun 1981 dengan Keputusan Kopertis Wilayah I Medan, tanggal 01 September 1981, Nomor:

023/PD/Kop.I/81, terhitung tahun ajaran 1981/1982 STIH Muhammadiyah Banda Aceh diberikan izin operasional. Selanjutnya, dengan Rahmat Allah SWT. Dan bantuan Kopertis Wilayah I Medan, maka dengan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, tanggal 05 Januari 1983, Nomor: 005/0/1983 kepada STIH diberikan status terdaftar.

Berdasarkan surat PWM Aceh dibentuk Panitia Persiapan Pendirian Universitas Muhammadiyah. Berkat kerja keras maka usulan yang diajukan Kopertis Wilayah I Medan mendapat tanggapan positif, yaitu keluarnya izin operasional Nomor 094/SK.PPS/Kop.I/1986, tanggal 24 Januari 1987.

Melalui surat keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 0230/0/1991 tanggal 29 April 1991, kepada Universitas Muhammadiyah Aceh diberikan pengakuan dengan 5 (lima) Fakultas, yaitu:

1. Fakultas Hukum (14 Mei 1991) – Perpanjangan izin (27 Maret 2009)
2. Fakultas Ekonomi (28 April 1989) – Perpanjangan izin (Manajemen dan Akuntansi 27 Maret 2009)
3. Fakultas Teknik (28 April 1989) – Perpanjangan izin (Sipil dan Arsitektur 27 Maret 2009)
4. Fakultas Mipa (28 April 1989)
5. Fakultas Tarbiyah (24 April 1990) – Perpanjangan izin (17 Desember 2007)

Selanjutnya, Universitas Muhammadiyah Aceh, untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat, telah dibuka Fakultas dan Akademi, yaitu:

1. Akademi Parawisata (Prodi Perhotelan) 23 November 1993 – Perpanjangan izin (06 Maret 2009)
2. Fakultas Kesehatan Masyarakat (21 Agustus 1995) – Perpanjangan izin (27 Maret 2009)
3. Akademi Fisioterapi (13 Oktober 2000)
4. Fakultas Psikologi (30 Agustus 2004) – Perpanjangan izin (13 Maret 2008)

4.1.2 Visi dan Misi Universitas Muhammadiyah Aceh

A. Visi

Menjadikan universitas swasta termuka di tingkat nasional dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi berlandaskan nilai islami pada tahun 2026

B. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang unggul, profesional dan islami.
2. Menyelenggarakan tata kelola universitas yang modern dan amanah.
3. Menyelenggarakan kerjasama dan kemitraan tridarma perguruan tinggi di tingkat nasional dan internasional.
4. Menyelenggarakan pengkajian, pengembangan Al-Islam dan Kemuhammadiyah.
5. Menyelenggarakan pendidikan yang menghasilkan lulusan berjiwa *entrepreneurship*

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini mengambil profil dari mahasiswa yang terdata di program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Responden dipilih dengan cara pengumpulan data dari mahasiswa Angkatan 2024 sampai 2021. Mahasiswa tersebut memiliki perbedaan dalam hal usia, jenis kelamin, dan angkatan.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden/Mahasiswa Program Studi
Universitas Muhammadiyah Aceh

No	Karakteristik		Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	51	59,3
		Perempuan	35	40,7
		Total	86	100
2	Usia	19-20 Tahun	19	22,1
		21-22 Tahun	47	54,7
		23-24 Tahun	14	16,3
		>25 tahun	6	7
		Total	86	100
3	Angkatan	2021	47	57,4
		2022	16	18,6
		2023	13	15,1
		2024	10	11,6
		Total	86	100
4	Status	Menikah	8	9,3
		Belum Menikah	78	90,7
		Total	86	100

Berdasarkan karakteristik responden Program Studi Manajemen universitas Muhammadiyah Aceh jenis kelamin dapat dinyatakan bahwasanya Sebagian besar responden dalam penelitian ini berdominan jenis kelamin laki-laki yang berjumlah

51 responden (59,3%) sedangkan perempuan berjumlah 35 responden (40,7%), total responden berdasarkan jenis kelamin 86 responden (100%). Berdasarkan usia 19-20 Tahun berjumlah 20 responden (23,3%), usia 21-22 Tahun berjumlah 45 responden (52,3%), usia 23-24 Tahun berjumlah 15 responden (17,4%), dan >25 Tahun berjumlah 6 responden (7%) total responden berdasarkan usia 86 orang responden (100%). Berdasarkan Angkatan, Angkatan 2021 berjumlah 46 responden (53,5%), Angkatan 2022 berjumlah 16 responden (18,6%), Angkatan 2023 berjumlah 14 responden (16,3%), dan Angkatan 2024 berjumlah 10 responden (11,6%) total responden berdasarkan Angkatan berjumlah 86 responden (100%). Berdasarkan status, Menikah berjumlah 8 orang responden (9,3%) dan Belum menikah berjumlah 78 orang responden (90,7%) total berdasarkan status 86 responden (100%).

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	51	59,3
2	Perempuan	35	40,7
Jumlah		86	100

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan Karakteristik responden mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh jenis kelamin dapat dinyatakan bahwasanya Sebagian responden dalam penelitian berdominan laki-laki yang berjumlah 51 orang responden (59,3%) sedangkan perempuan berjumlah 35 orang responden (40,7%), total responden berdasarkan jenis kelamin 86 orang responden (100%).

Tabel 4.3
Usia Responden

No	Usia Responden	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	19-20 Tahun	20	22,1
2	21-22 Tahun	45	54,7
3	23-24 Tahun	15	16,3
4	>25 Tahun	6	7
Jumlah		86	100

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan tabel 4.3 di atas disebutkan bahwasanya usia responden 19-20 tahun ada 20 orang responden (22,1%), 21-22 tahun ada 45 orang responden (54,7%), 23-24 tahun ada 15 orang responden (16,3%), dan > 25 tahun ada 6 orang responden (7%), Total 86 responden (100%)

Tabel 4.4
Tahun Angkatan Responden

No	Angkatan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	2021	47	57,4
2	2022	16	18,6
3	2023	13	15,1
4	2024	10	11,6
Jumlah		86	100

Sumber: Data primer (Diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan tabel 4.4 di atas disebutkan bahwasanya tahun Angkatan responden 2021 berjumlah 47 orang responden (57,4%), Angkatan 2022 berjumlah 16 orang responden (18,6%), Angkatan 2023 berjumlah 13 orang responden (15,1%), dan Angkatan 2024 berjumlah 10 orang responden (11,6%), total 86 responden (100%).

Tabel 4.5
Status Responden

No	Status	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Menikah	8	9,3
2	Belum Menikah	78	90,7
Jumlah		86	100

Sumber: Data primer (Diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan tabel 4.5 di atas disebutkan bahwasanya status responden yang menikah berjumlah 8 orang responden (9,3%) dan yang belum menikah berjumlah 78 orang dengan persentase (90,7%), total 86 responden dengan persentase (100%).

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas meliputi *E-commerce* (X1), *Financial Technology* (X2), Literasi Keuangan (X3), variabel terikatnya adalah Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y). Deskripsi setiap variabel penelitian dijelaskan berdasarkan rata-rata skor yang diperoleh dari jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Penjelasan lebih rinci mengenai deskripsi masing-masing variabel tersebut akan disajikan sebagai berikut.

4.3.1 Deskripsi Variabel Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa

Deskripsi variabel Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi variabel Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa

No	Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Saya memiliki strategi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran.	0	0	0	0	4	4,7	29	33,7	53	61,6	4,57
2	Saya menyusun anggaran bulanan untuk mengatur keuangan saya.	0	0	0	0	5	5,8	40	46,5	41	47,7	4,42
3	Saya menyesuaikan strategi keuangan jika kondisi keuangan saya berubah.	0	0	0	0	4	4,7	35	40,7	47	54,7	4,50
4	Saya menghindari pengeluaran yang tidak diperlukan	0	0	0	0	5	5,8	30	34,9	51	59,3	4,53
Nilai rata-rata												4,50

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis) 2025

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui jawaban responden pada variabel perilaku manajemen keuangan mahasiswa indikator pertama dengan pertanyaan pertama yaitu saya memiliki strategi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran jawaban rata-rata 4,57 yang berarti setuju, saya Menyusun anggaran bulanan untuk mengatur keuangan saya jawaban rata-rata 4,42 yang berarti setuju, saya menyesuaikan strategi keuangan jika kondisi keuangan saya berubah dengan nilai rata-rata 4,50 yang berarti setuju, saya menghindari pengeluaran yang tidak

diperlukan dengan nilai rata-rata 4,53 yang berarti setuju. Dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel perilaku manajemen keuangan mahasiswa nilai rata-rata 4,50 yang berarti setuju

4.3.2 Deskripsi Variabel *E-commerce*

Deskripsi variabel *E-commerce* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Deskripsi variabel *E-commerce*

No	<i>E-commerce</i>	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Saya memilih toko yang menawarkan gratis ongkir dibandingkan yang tidak.	0	0	0	0	4	4,7	19	22,1	63	73,3	4,69
2	Saya lebih suka berbelanja di platform yang menawarkan <i>cashback</i> .	0	0	0	0	4	4,7	27	31,4	55	64,0	4,59
3	Saya sering memanfaatkan promo <i>cashback</i> saat berbelanja.	0	0	0	0	4	4,7	17	19,8	65	75,6	4,71
4	Saya lebih suka toko yang menyediakan berbagai metode pembayaran.	0	0	0	0	5	5,8	27	31,4	54	62,8	4,57
Nilai rata-rata												4,64

Sumber: Data primer (diolah oleh penulis) 2025

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwasanya jawaban responden pada variabel *e-commerce* indikator pertama dengan pertanyaan pertama yaitu saya memilih toko yang menawarkan gratis ongkir dibandingkan yang tidak dengan nilai

rata-rata 4,69 yang berarti setuju, Saya lebih suka berbelanja di platform yang menawarkan *cashback* dengan nilai rata-rata 4,59 yang berarti setuju, saya sering memanfaatkan promo *cashback* saat berbelanja dengan nilai rata-rata 4,71 yang berarti setuju, saya lebih suka toko yang menyediakan berbagai metode pembayaran dengan nilai rata-rata 4,57 yang berarti setuju. Dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel *e-commerce* nilai rata-rata 4,64 yang berarti setuju.

4.3.3 Deskripsi Variabel *Financial Technology*

Deskripsi variabel *Financial Technology* adalah sebagai berikut

Tabel 4.8
Deskripsi Variabel *Financial Technology*

No	<i>Financial Technology</i>	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	<i>Financial technology</i> membantu saya mengelola keuangan dengan lebih baik	0	0	0	0	6	7,0	27	31,4	53	61,6	4,55
2	Saya lebih nyaman menggunakan <i>financial technology</i> dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional.	0	0	0	0	4	4,7	38	44,2	44	51,2	4,47
3	Saya merasa <i>financial technology</i> mudah digunakan untuk transaksi keuangan	0	0	0	0	5	5,8	31	36,0	50	58,1	4,52

4	<i>Financial technology</i> mengurangi waktu yang saya butuhkan untuk melakukan pembayaran	0	0	0	0	4	4,7	25	29,1	57	66,3	4,62
5	Saya merasa layanan <i>financial technology</i> aman untuk digunakan dalam bertransaksi	0	0	0	0	4	4,7	26	30,2	56	65,1	4,60
6	Saya merasa lebih produktif dengan menggunakan <i>financial technology</i> dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya	0	0	0	0	7	8,1	30	34,9	49	57,0	4,49
Nilai rata-rata												4,54

Sumber: data primer (diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui jawaban responden pada variabel *financial technology* indikator pertama dengan pertanyaan pertama yaitu *financial technology* membantu saya mengelola keuangan dengan lebih baik dengan nilai rata-rata 4,55 yang berarti setuju, Saya lebih nyaman menggunakan *financial technology* dibandingkan dengan metode pembayaran tradisional dengan nilai rata-rata 4,47 yang berarti setuju, Saya merasa *financial technology* mudah digunakan untuk transaksi keuangan dengan nilai rata-rata 4,52 yang berarti setuju, *financial technology* mengurangi waktu yang saya butuhkan untuk melakukan pembayaran dengan nilai rata-rata 4,62 yang berarti setuju, Saya merasa layanan *financial*

technology aman untuk digunakan dalam bertransaksi dengan nilai rata-rata 4,60 yang berarti setuju, Saya merasa lebih produktif dengan menggunakan *financial technology* dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya dengan nilai rata-rata 4,49 yang berarti setuju. Dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel *financial technology* dengan nilai rata-rata 4,54 yang berarti setuju.

4.3.4 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

Deskripsi variabel literasi keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

No	Literasi Keuangan	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Saya dapat membuat anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran dan pemasukan	0	0	1	1,2	5	5,8	34	39,5	46	53,5	4,45
2	Saya secara rutin menyisihkan Sebagian pendapatan untuk tabungan	0	0	0	0	5	5,8	42	48,8	39	45,3	4,40
3	Saya memahami manfaat memiliki asuransi jiwa, Kesehatan, atau kendaraan	0	0	0	0	3	3,5	30	34,9	53	61,6	4,58
4	Saya memahami pentingnya investasi untuk meningkatkan aset keuangan	0	0	0	0	2	2,3	31	36,0	53	61,6	4,53
Nilai Rata-rata												4,50

Sumber: Data primer (diolah oleh peneliti), 2025

Pada tabel 4.9 diketahui jawaban responden pada variabel literasi keuangan pada indikator pertama dan pertanyaan pertama ialah, Saya dapat membuat anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran dan pemasukan dengan nilai rata-rata 4,45 yang berarti setuju, Saya secara rutin menyisihkan Sebagian pendapatan untuk tabungan dengan nilai rata-rata 4,40 yang berarti setuju, Saya memahami manfaat memiliki asuransi jiwa, Kesehatan, atau kendaraan dengan nilai rata-rata 4,58 yang artinya setuju, Saya memahami pentingnya investasi untuk meningkatkan aset keuangan dengan nilai rata-rata 4,53 yang artinya setuju. Dapat diketahui bahwa hasil penelitian variabel literasi mendapatkan nilai rata-rata 4,50 yang artinya setuju.

4.4 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana validnya tiap indikator, seperti kuesioner, dapat menggambarkan dengan tepat konsep atau variabel yang ingin diukur. Validitas menjamin bahwa setiap item dan instrument sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian, sehingga hasil pengukuran yang diperoleh dapat diandalkan dan dapat memberikan informasi yang akurat untuk mendukung analisis serta pengambilan kesimpulan yang tepat. Berikut hasil uji validitas pada *e-commerce*, *financial technology*, literasi keuangan, dan perilaku manajemen keuangan mahasiswa.

Tabel 4.10
Uji Validitas Kuesioner Penelitian

No	Variabel Penelitian	Pernyataan	r hitung	r tabel (n=86)	Hasil Uji
1	Perilaku Manajemen Keuangan	Y.1	0,760	0,212	Valid
2		Y.2	0,697	0,212	Valid
3		Y.3	0,734	0,212	Valid
4		Y.4	0,819	0,212	Valid
1	<i>E-commerce</i>	X1.1	0,787	0,212	Valid
2		X1.2	0,782	0,212	Valid
3		X1.3	0,772	0,212	Valid
4		X1.4	0,786	0,212	Valid
1	<i>Financial Technology</i>	X2.1	0,673	0,212	Valid
2		X2.2	0,714	0,212	Valid
3		X2.3	0,641	0,212	Valid
4		X2.4	0,627	0,212	Valid
5		X2.5	0,708	0,212	Valid
6		X2.6	0,727	0,212	Valid
1	Literasi Keuangan	X3.1	0,786	0,212	Valid
2		X3.2	0,757	0,212	Valid
3		X3.3	0,706	0,212	Valid
4		X3.4	0,686	0,212	Valid

Sumber: data primer (data diolah peneliti), 2025

Berdasarkan tabel 4.10 di atas hasil uji validitas seluruh pernyataan pada variabel perilaku manajemen keuangan mahasiswa, *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan menunjukkan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,212). Artinya, semua item pertanyaan valid, sehingga layak digunakan untuk mengukur masing-masing variabel.

Tabel 4.11
Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian

Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	Cronb.Alpha	Keterangan
E-commerce (X1)	0,790	0,60	Handal
Financial Technology (X2)	0,769	0,60	Handal
Literasi Keuangan (X3)	0,715	0,60	Handal
Perilaku Manajemen Keuangan (Y)	0,745	0,60	Handal

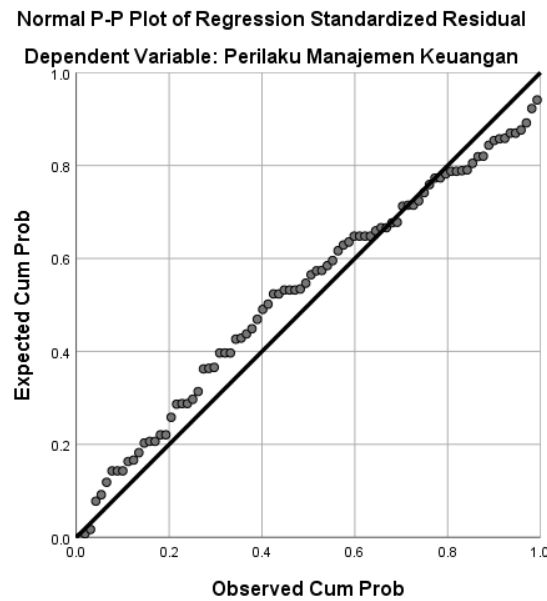
Sumber: data primer (diolah oleh penulis), 2025

Berdasarkan tabel 4.11, reabilitas variabel *e-commerce* (X1) 0,790, *financial technology* (X2) 0,769, literasi keuangan (X3) 0,715, dan perilaku manajemen keuangan (Y) 0,745. Jika Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, maka dapat dianggap reliabel atau handal.

4.5 Pengujian Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah data dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk memastikan bahwa data sampel dapat mewakili populasi dan bahwa hasil analisis statistik yang dilakukan valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan normal probability plot untuk menilai apakah data berdistribusi normal. Hasil pengujian ini dapat dilihat pada gambar 4.1



Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas

Pada gambar grafik normal P-P Plot diatas menunjukkan bahwasanya data observasi untuk perilaku manajemen keuangan dengan jumlah data sebanyak 86 menunjukkan bahwa seluruhnya tersebar disekitar atau pada garis diagonal distribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, jika data mengikuti atau mendekati garis diagonal, maka asumsi normalitas terpenuhi, sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka asumsi normalitas tidak terpenuhi.

4.5.2 Uji Multikolineritas

Hubungan linier antara tiga variabel independen dalam regresi linier pada penelitian ini, yaitu *E-commerce* (X1), *Financial Technology* (X2), dan Literasi keuangan (X3), harus terbebas dari ketergantungan yang dapat memengaruhi estimasi parameter regresi. Ketergantungan antar variabel independen dianalisis menggunakan *Collinearity Diagnostics* melalui SPSS Statistics 26. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih besar dari 10,0, maka variabel tersebut

dianggap memiliki indikasi multikolinearitas dengan variabel independen lainnya. Sebaliknya, nilai VIF yang kurang dari 10,0 menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi dalam model regresi. Hasil pengujian multikolineritas dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolineritas

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
1	<i>E-commerce</i>	0,774	1,293	Non Multikolineritas
2	<i>Financial Technology</i>	0,438	2,285	Non Multikolineritas
3	Literasi Keuangan	0,451	2,216	Non Multikolineritas

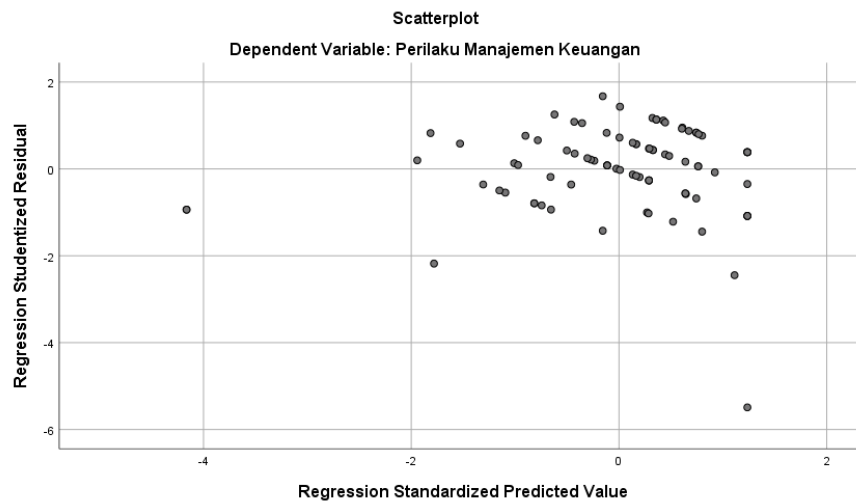
Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis) 2025

Hasil pengujian pada multikolineritas pada tabel 4,12 menunjukkan bahwasanya nilai VIF pada tiga variabel bebas yang terlihat dalam model analisis adalah *e-commerce* (x_1), *financial technology* (x_2), Literasi Keuangan (X_3) masing-masing dari variabel tersebut $< 10,0$ dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolineritas antara variabel bebas. Dengan demikian, asumsi bebas multikolinearitas dalam model regresi telah terpenuhi, dan hasil analisis dapat dianggap valid dan akurat untuk menggambarkan hubungan antar variabel.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi terjadi ketidaksamaan *variance* (variasi) nilai residual yang sama antar pengamatan. Jika *variance* nilai residual antar pengamatan berbeda secara signifikan, maka kondisi

tersebut disebut sebagai heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, metode yang sering digunakan adalah (diagram scatterplot). Melalui scatterplot, heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan mengamati pola penyebaran titik-titik, jika titik-titik dalam scatterplot membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, melebar, atau menyempit, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola yang jelas, serta tersebar merata disekitar garis horizontal, maka model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada gambar 4.2 hasil scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, sehingga asumsi klasik ini terpenuhi.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model analisis ini dianalisis menggunakan regresi linear berganda (*multiple regression*). Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, variabel bebas mencakup *E-commerce* (X1), *Financial Technology* (X2), dan Literasi Keuangan (X3), sedangkan variabel terikat adalah Perilaku Manajemen Keuangan (Y). Hasil pengolahan data melalui analisis regresi linear berganda disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(constant)	3,617	1,918	
	<i>E-commerce</i> (X1)	0,145	0,095	0,145
	<i>Financial Technology</i> (X2)	0,184	0,092	0,253
	Literasi Keuangan (X3)	0,373	0,128	0,362

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis) 2025

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas hasil analisis data menggunakan SPSS Statistics 26, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,617 + 0,0145X_1 + 0,184X_2 + 0,373X_3$$

Persamaan regresi tersebut memiliki arti sebagai berikut:

1. Nilai konstanta pada perilaku manajemen keuangan sebesar 3,617 mengungkapkan bahwa jika variabel *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan literasi keuangan (X3) tidak mengalami perubahan,

maka perilaku manajemen keuangan (Y) di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh akan tetap konstan berada pada posisi 3,617 unit pada skala likert.

2. Koefisien regresi untuk pengaruh *e-commerce* sebesar 0,145 mengungkapkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *e-commerce* akan menyebabkan peningkatan pada perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebesar 0,145 satuan.
3. Koefisien regresi untuk pengaruh *financial technology* sebesar 0,184 mengungkapkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *financial technology* akan menyebabkan peningkatan pada variabel perilaku manajemen keuangan mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebesar 0,184 satuan.
4. Koefisien regresi untuk literasi keuangan sebesar 0,373 mengungkapkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel literasi keuangan akan menyebabkan peningkatan pada variabel perilaku manajemen keuangan Mahasiswa di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebesar 0,373 satuan.

4.6.2 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Pengaruh linear *E-commerce*, *Financial Technology*, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa dapat dianalisis melalui koefisien korelasi berganda dan koefisien determinasi, yang menunjukkan sejauh mana keterkaitan seluruh variabel independen secara bersamaan dengan variabel dependen. Koefisien korelasi memiliki rentang nilai antara -1 hingga +1,

dengan semakin mendekati nilai 1 atau -1 menunjukkan semakin kuatnya hubungan antara variabel tersebut. Sementara itu, koefisien determinasi berganda mengukur sejauh mana kontribusi simultan dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Untuk lebih jelasnya, hubungan antara variabel *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan literasi keuangan (X3) terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Y) dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Korelasi dan Korelasi Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,654	0,426	0,407

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis) 2025

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,654 mengindikasikan adanya hubungan yang cukup kuat dan bersifat positif antara variabel-variabel independen, yaitu *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan literasi keuangan (X3), dengan variabel dependen yaitu perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Y). Temuan ini mengisyaratkan bahwa peningkatan dalam ketiga variabel bebas tersebut cenderung disertai dengan peningkatan perilaku manajemen keuangan mahasiswa pada Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

Selanjutnya, nilai R Square sebesar 0,426 menunjukkan bahwa sebesar 42,6% variasi dalam perilaku manajemen keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut secara simultan. Ini berarti bahwa *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan secara bersama-sama

memberikan kontribusi yang berarti terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Namun demikian, terdapat sekitar 57,4% variasi lainnya yang tidak dijelaskan oleh model ini dan kemungkinan disebabkan oleh variabel-variabel lain di luar ruang lingkup penelitian ini.

Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,407 memperlihatkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, sebesar 40,7% variasi dalam perilaku manajemen keuangan mahasiswa tetap dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen. Selisih antara R Square dan Adjusted R Square yang tidak terlalu besar menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik, meskipun terdapat faktor-faktor lain yang belum dimasukkan ke dalam analisis yang turut memengaruhi perilaku manajemen keuangan mahasiswa.

4.6.3 Pembuktian Hipotesis

1) Pembuktian Secara Parsial

Uji ini dilakukan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Pembuktian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen tersebut tidak

memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Pembuktian hipotesis secara parsial terdapat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		t hitung	t tabel	Sig
		B	Std. Error			
1	(constant)	3,617	1,918	1,886	1,989	0,063
	E-commerce	0,145	0,095	1,526	1,989	0,131
	Financial Technology	0,184	0,092	2,005	1,989	0,046
	Literasi Keuangan	0,373	0,128	2,911	1,989	0,005

a. Dependent Variable: Perilaku Manajemen Keuangan.

Sumber: Data Primer (diolah oleh penulis) 2025

Berdasarkan tabel 4.14 menjelaskan pengaruh dari masing-masing variabel yaitu:

- a. Hasil dari analisis pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

Hasil dari analisis SPSS Statistics 26 diperoleh hasil nilai t_{hitung} pada variabel *e-commerce* menunjukkan nilai signifikan $0,131 > 0,05$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,526, yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,989. Berdasarkan perbandingan tersebut, diperoleh bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$, yang berarti H_0 diterima. Hal ini menunjukkan *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku

manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

- b. Hasil dari analisis pengaruh *financial technology* terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

Hasil dari analisis SPSS Statistics 26 diperoleh hasil nilai t_{hitung} pada variabel *financial technology* menunjukkan nilai signifikan $0,04 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,005, yang lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,989. Berdasarkan perbandingan tersebut, diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_a1 diterima. Hal ini menunjukkan *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

- c. Hasil dari analisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

Hasil dari analisis SPSS Statistics 26 diperoleh hasil nilai t_{hitung} pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,911, yang lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,989. Berdasarkan perbandingan tersebut, diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yang berarti H_a1 diterima. Hal ini menunjukkan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

2) Pembuktian Secara Simultan

Pada uji ini, dilakukan pengujian untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil pembuktian hipotesis secara simultan dapat dilihat pada Tabel 4.16.

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji F (Simultan)

Model		Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.348	3	39,116	20,481	0.000
	Residual	156.606	82	1,910		
	Total	273,953	85			

Sumber: Data Primer (diolah oleh peneliti) 2025

Hasil pembagian nilai mean square menghasilkan F_{hitung} sebesar 20,481 pada tingkat signifikan 0,000 sementara itu terlihat bahwa nilai $f_{hitung} 20,481 > F_{tabel} 2,715$. Hal ini menunjukkan hipotesis H_{a4} dapat diterima kebenarannya, artinya *e-commerce* (X1), *financial technology* (X2), dan literasi keuangan (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa (Y) Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

4.7 Implikasi Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa menunjukkan bahwa aktivitas belanja online di kalangan mahasiswa belum diiringi dengan kesadaran dan pemahaman akan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Implikasi praktis dari hal ini adalah perlunya pendekatan edukatif yang lebih integratif dalam mengaitkan penggunaan *e-commerce* dengan literasi keuangan. Institusi pendidikan, khususnya perguruan tinggi, dapat mengembangkan materi atau pelatihan yang mengaitkan pola konsumsi digital dengan pengelolaan keuangan pribadi, seperti cara mengatur anggaran belanja online atau memahami risiko utang akibat transaksi digital yang impulsif.

Selanjutnya, hasil bahwa *financial technology* juga berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan menunjukkan bahwa Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan layanan dan aplikasi *financial technology*, seperti *e-wallet*, *mobile banking*, serta platform investasi digital, dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dan sadar dalam mengelola keuangan pribadi mereka. Dengan adanya *financial technology*, mahasiswa lebih mudah mencatat pengeluaran, membuat anggaran, menabung, hingga berinvestasi sejak dini. Implikasi ini menjadi penting bagi institusi pendidikan tinggi untuk mulai mengintegrasikan literasi *financial technology* dalam kurikulum atau pelatihan tambahan guna membekali mahasiswa dengan kemampuan manajemen keuangan digital yang relevan dengan perkembangan zaman. Bagi penyedia layanan *financial technology*, menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan segmen potensial yang membutuhkan pendekatan edukatif dan fitur yang sesuai dengan

kebutuhan mereka. Oleh karena itu, perusahaan *financial technology* perlu mengembangkan layanan yang ramah pengguna, edukatif, serta aman bagi kalangan muda. Selain itu, pemerintah dan regulator seperti OJK juga memiliki peran dalam mendukung peningkatan literasi keuangan digital dan memastikan perlindungan konsumen muda melalui regulasi yang tepat.

Terakhir, temuan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa mempertegas pentingnya pengetahuan dan pemahaman keuangan dalam membentuk perilaku finansial yang sehat. Implikasi dari hasil ini adalah bahwa upaya peningkatan literasi keuangan di lingkungan kampus menjadi sangat penting dan mendesak. Program pendidikan literasi keuangan, baik melalui kurikulum formal, seminar, pelatihan, maupun kegiatan nonformal lainnya, dapat menjadi strategi efektif untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan mengelola uang secara bijak, cerdas, dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan bahwa pengetahuan keuangan (literasi) lebih memiliki peran kunci dalam membentuk perilaku manajemen keuangan mahasiswa dibandingkan dengan sekadar keterlibatan dalam aktivitas digital seperti *e-commerce* atau penggunaan teknologi keuangan. Oleh karena itu, penguatan aspek kognitif dan edukatif dalam literasi keuangan perlu menjadi fokus utama dalam strategi pengembangan keuangan pribadi mahasiswa di era digit

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. *E-commerce*, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. *Financial Technology*, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Literasi Keuangan, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. *E-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa saran dapat disampaikan antara lain:

1. Bagi mahasiswa Progran Studi Manajemen diharapkan meningkatkan kesadaran akan pentingnya manajemen keuangan pribadi, terutama dalam menyikapi penggunaan *e-commerce* dan layanan *financial technology*. Meski kedua platform ini sering digunakan, penggunaanya belum mencerminkan pengelolaan keuangan yang baik. Mahasiswa perlu lebih kritis dalam bertransaksi, tidak hanya berorientasi pada konsumsi, tetapi juga pada perencanaan keuangan jangka panjang. Diperlukan pula usaha mandiri untuk meningkatkan literasi keuangan, misalnya melalui membaca buku, mengikuti seminar, atau memanfaatkan aplikasi edukasi keuangan agar mereka mampu mengelola keuangan secara bijak dan bertanggung jawab.
2. Bagi pihak akademik, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi pada pemahaman tentang *e-commerce*, *financial technology*, dan literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang manajemen keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas penelitian dengan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi perilaku manajemen keuangan mahasiswa, serta menggunakan metode atau sampel yang berbeda untuk memperkaya hasil penelitian dan

memberikan wawasan lebih dalam tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa diberbagai konteks.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, A. F. P., Utomo, S. W., & Yusdita, E. E. (2020). Studi Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi. *Jurnal Benefita*, 5(2), 264. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.4625>
- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Akhnes Noviyanti, T. E. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul) The Effect of Easy Perception, Trust and Effectiveness on Interest Using Financial Technology (Fintech) (Case Study: SMEs in Bantul District). Volume 4*. <https://m.medcom.id/ekonomi/mikro/8N0V8mAk-umkm-dongkrak-pertumbuhan->
- Ananda Sulistyaningrum, R. S. (2025). Pengaruh Financial Technology, E-Commerce. *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 5(1).
- Anggaraeni, M., & Widayati, S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang *Info Articles*. 3(2), 43–50. <https://doi.org/10.31331/jeee.v3i2.2390>
- Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>
- Baiq Fitriarianti. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Pendapatan*.
- Belanja Online, D., Soraya, A., Gabriel, D., & Dwi Kurnia, I. (n.d.). *Prosiding Seminar Nasional Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa*.
- Chusnah & Indriana. (2020). *Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech*". 03.
- Chusnah, K. T. I. (2020). *Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA)*.
- Dwi Sartika, Mufidhatul Ulya, Fia Fauza Azzahra, Irnawati Irnawati, Fina Nur Hidayati, & Didi Pramono. (2024). Fenomena Penggunaan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(3), 335–350. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i3.287>

- Faizah Kamilah, Z. K. E. S. (2024). *Pengaruh Fintech Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Lancang Kuning*.
- Fitri Arianti, B. (2020). *Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening The Effect Income And Financial Behavior On Financial Literacy With Investment Decisions As Intervening*. 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.9.3.13-36>
- Hidajat, T. (2018). Financial Literacy, Ponzi and Pyramid Scheme in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 9(2), 198–205. <https://doi.org/10.15294/jdm.v9i2.16261>
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020a). The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(01), 77–81. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33604>
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020b). The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 06(01), 77–81. <https://doi.org/10.31695/ijasre.2020.33604>
- Humaira, I. (n.d.). *The Influence Of Financial Knowledge, Financial Attitude, And Personality Towards Financial Management Behavior On Small Medium Enterprises At Batik Craft Of Bantul Regency*.
- Humaira, S. (2018). *The Influence Of Financial Knowledge, Financial Attitude, And Personality Towards Financial Management Behavior On Small Medium Enterprises At Batik Craft Of Bantul Regency*.
- Jayanti, E., & Tito Permadhy, Y. (2020). *Determinan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Produsen Tahu dan Tempe di Kelurahan Semanan Kecamatan Kalideres*.
- Jeremia Hasiholan Napitupulu, N. E. , R. F. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*.
- Jerri, M., Ray, K., Mashudi, H., Untan, F., & Nawawi, J. H. (2022a). *Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Dan aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan*. 1331. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>
- Jerri, M., Ray, K., Mashudi, H., Untan, F., & Nawawi, J. H. (2022b). *Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Dan aplikasi Belanja Online Terhadap*

Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan.
<https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>

- Kajian Manajemen Bisnis Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, J., Kajian Manajemen Bisnis, J., Masdupi, E., & Sabrina, S. (n.d.). *Literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.* <https://doi.org/10.2403/jkmb.10884900>
- Kusuma Dewi, I., & Mardiana, S. (2023). Financial Technology (Fintech) sebagai Faktor Pendorong Peningkatan UMKM di Ciseeng-Bogor. In *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, Issue 1). <http://pijarpemikiran.com/>
- Lailatul Rachmawati, A. (2019). Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar). In *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen* (Vol. 1). https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif
- Masdupi, E., & Sabrina, S. (2019). *Literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.* <https://doi.org/10.2403/jkmb.10884900>
- Mayella Oktaviani, I. P. S. Z. M. (n.d.). *Pengaruh E-commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.*
- Puspita, G., & Isnalita, I. (2019). Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi. *Owner*, 3(2), 117. <https://doi.org/10.33395/owner.v3i2.147>
- Putri, D. F., & Sumaryono, S. (2021). Peran persepsi terhadap electronic service quality dan electronic word-of mouth (e-wom) terhadap intensi pembelian ulang melalui e-commerce. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 9(2), 164–171. <https://doi.org/10.22219/jipt.v9i2.12933>
- Rizkiyah, K., Nurmawanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1.107-126>
- Sholeh. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pelaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang.*
- Sohilauw, M. I., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bongaya, M., Nugroho, L., & Santi, V. C. (2023). *Literasi Keuangan.* <https://www.researchgate.net/publication/371724162>
- Somsom, S., Alamanda, R., Maharani, D., Ruhamafillah, S., Cholif Choirotul Jannah, I., & Puspa Arum, D. (2024). Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Digital. *Multidisciplinary Scientific Journal*, 2(11).
- Sukma & Pradana. (2022). *Effect Of Financial Literacy, Financial Attitude, And Financial Inclusion On Financial Behavior.* 15.

- Susanto & Savira. (2021). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace Pega Astria Susanto Siti Ina Savira*.
- Wellyantama, P., & Krisnadi, I. (n.d.). *Pemanfaatan E-Commerce Untuk Jual-Beli Barang Bekas Pakai Utilization Of E-Commerce For Exchange Of Used Goods*.
- Wellyantama, P., & Krisnadi, I. (2022). *Pemanfaatan E-Commerce Untuk Jual-Beli Barang Bekas Pakai Utilization Of E-Commerce For Exchange Of Used Goods*.
- Youla Diknasita Gahagho, T. O. R. D. M. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan Sikap Keuangan Dan Sumber Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Dengan Niat Sebagai Variabel Intervening*.
- Yuniningsih. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Anggota IKAPI No. 195/JTI/2018 1 jil., 17 × 24 cm (Vol. 230). Indomedia Pustaka. www.indomediapustaka.com*

LAMPIRAN 1 KUESIONER

PENGARUH E-COMMERCE, FINANCIAL TECHNOLOGY DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU MANAJEMEN KEUANGAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

KUESIONER

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepada Yth: Saudara/i Responden

Dengan ini saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini dibuat dalam rangka penelitian ilmiah. Hanya kesimpulan keseluruhan hasil penelitian yang akan dianalisa. Kerahasiaan informasi akan sangat dijaga. Untuk itu penulis sangat mengharapkan bantuan dari saudara/i untuk memberi informasi yang benar. Atas kerja samanya kami sampaikan rasa terima kasih.

1. Nama : (Opsional)
2. Usia : ☐ 19 - 20 Tahun
☐ 21 – 22 Tahun
☐ 23 – 24 Tahun
☐ 25 Keatas
3. Angkatan : ☐ 2021
☐ 2022
☐ 2023
☐ 2024
4. Status : ☐ Menikah
☐ Belum Menikah

A. Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memiliki strategi dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran.					
2	Saya menyusun anggaran bulanan untuk mengatur keuangan saya.					
3	Saya menyesuaikan strategi keuangan jika kondisi keuangan saya berubah.					
4	Saya menghindari pengeluaran yang tidak diperlukan.					

B. E-commerce (X₁)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memilih toko yang menawarkan gratis ongkir dibandingkan yang tidak.					
2	Saya lebih suka berbelanja di platform yang menawarkan cashback.					
3	Saya sering memanfaatkan promo cashback saat berbelanja.					
4	Saya lebih suka toko yang menyediakan berbagai metode pembayaran.					

C. Financial Technology (X₂)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Financial technology</i> membantu saya mengelola keuangan dengan lebih baik.					
2	Saya lebih nyaman menggunakan <i>financial technology</i> dibandingkan metode pembayaran tradisional.					
3	Saya merasa <i>financial technology</i> mudah digunakan untuk transaksi keuangan.					
4	<i>Financial technology</i> mengurangi waktu yang saya butuhkan untuk melakukan pembayaran.					
5	Saya merasa layanan <i>financial technology</i> aman untuk digunakan dalam bertransaksi.					
6	Saya merasa lebih produktif dengan menggunakan <i>financial technology</i> dibandingkan metode pembayaran lainnya.					

D. Literasi Keuangan (X₃)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya dapat membuat anggaran bulanan untuk mengatur pengeluaran dan pemasukan.					
2	Saya secara rutin menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan.					
3	Saya memahami manfaat memiliki asuransi jiwa, kesehatan, atau kendaraan.					
4	Saya memahami pentingnya investasi untuk meningkatkan aset keuangan.					

e-commerce					Financial Technology							Literasi Keuangan					Perilaku Manajemen Keuangan				
P1 X1	P2 X1	P3 X1	P4 X1	X1	P1 X2	P2 X2	P3 X2	P4 X2	P5 X2	P6 X2	X2	P1 X3	P2 X3	P3 X3	P4 X3	X3	P1 Y	P2 Y	P3 Y	P4 Y	Y
3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
4	5	5	4	18	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
5	5	5	4	19	5	4	3	5	5	3	25	3	4	5	5	17	4	5	5	5	19
5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	5	3	16	4	4	3	5	3	5	24	3	4	3	5	15	3	3	4	3	13
5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	4	19	5	3	5	5	5	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	3	3	3	12	3	4	4	5	5	5	26	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	3	5	18
4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	4	5	5	4	4	26	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	5	28	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
3	3	5	5	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	5	4	4	4	4	4	25	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18
5	5	5	5	20	4	5	4	5	4	4	26	4	3	5	4	16	5	4	4	4	17
5	5	3	3	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	4	27	5	4	4	5	18	5	5	4	4	18
5	5	4	5	19	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18
4	4	4	4	16	5	4	3	5	5	3	25	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
5	5	5	4	19	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	4	27	4	3	4	5	16	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	25	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16
4	4	5	4	17	5	4	4	5	5	4	27	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18
5	4	5	5	19	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	3	4	5	4	4	4	24	4	3	5	5	17	4	5	4	3	16
5	5	5	5	20	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	4	17	3	4	5	4	4	3	23	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
4	5	4	5	18	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17

5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	4	29	5	5	4	4	18	5	4	4	5	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	3	26	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18
5	5	5	4	19	4	5	4	4	3	5	25	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18
5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18
4	5	4	5	18	5	4	4	5	5	5	28	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	18	5	4	5	4	18
5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17
5	4	5	4	18	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	17	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	28	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	3	5	4	5	4	3	24	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	5	5	5	4	4	4	27	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19
5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	5	28	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
5	5	5	4	19	5	4	5	5	4	5	28	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	5	28	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
5	4	4	5	18	5	5	5	4	5	5	29	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19
4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	5	5	5	4	4	5	28	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	4	4	5	5	5	27	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	5	18	5	5	4	4	18
4	5	5	5	19	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18
5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19
4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	4	28	5	4	4	5	18	5	4	5	4	18
5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
5	4	5	5	19	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	5	19	5	4	5	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18
5	4	5	5	19	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19