

**PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, PERSEPSI MANFAAT, DAN LITERASI  
KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BNI *MOBILE*  
BANKING PADA MAHASISWA PIPS UNIVERSITAS LAMPUNG**

**(Skripsi)**

**Oleh**  
**ZALFA MERCURY**  
**2013031058**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**  
**UNIVERSITAS LAMPUNG**  
**BANDAR LAMPUNG**  
**2025**

## ABSTRAK

### **PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, PERSEPSI MANFAAT, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BNI *MOBILE BANKING* PADA MAHASISWA PIPS UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

ZALFA MERCURY

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan secara parsial dan simultan terhadap keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* juga survey. Populasi pada penelitian ini ialah sebanyak 187 orang mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung Angkatan 2020. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* yang berjumlah 127 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan uji regresi linear sederhana atau melalui uji t dan pengujian secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda atau melalui uji F. Hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* Mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Berdasarkan analisis data yang diperoleh dari perhitungan SPSS, diketahui bahwa keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* dipengaruhi oleh perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan sebesar 28% dan sisanya sebesar 72% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *BNI Mobile Banking, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Persepsi Manfaat.*

## **ABSTRAK**

### **THE INFLUENCE OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR, PERCEPTION OF BENEFITS, AND FINANCIAL LITERACY ON THE DECISION TO USE BNI *MOBILE BANKING* IN LAMPUNG UNIVERSITY PIPS STUDENTS**

By

ZALFA MERCURY

This study aims to determine the influence of consumptive behavior, perceived benefits, and financial literacy, both partially and simultaneously, on the decision to use BNI Mobile Banking among students of the PIPS Department FKIP University of Lampung. This research is a quantitative study using a descriptive-verification research method with an ex post facto approach and survey. The population in this study consists of 187 students from the PIPS Department FKIP University of Lampung Class of 2020. The sampling technique employed in this study is probability sampling with a simple random sampling method, resulting in a sample size of 127 respondents. Data collection techniques include questionnaires and documentation. Partial hypothesis testing was conducted using simple linear regression or t-tests, while simultaneous testing was performed using multiple linear regression or F-tests. The results of this study conclude that there is both partial and simultaneous influence of consumptive behavior, perceived benefits, and financial literacy on the decision to use BNI Mobile Banking among students of the PIPS Department FKIP University of Lampung. Based on data analysis conducted using SPSS, it is found that the decision to use BNI Mobile Banking is influenced by consumptive behavior, perceived benefits, and financial literacy by 28%, while the remaining 72% is influenced by other factors not examined in this study.

**Kata kunci : *BNI Mobile Banking, Financial Literacy, Financial Technology, Perceived Benefits.***

**PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, PERSEPSI MANFAAT, DAN LITERASI  
KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BNI *MOBILE*  
BANKING PADA MAHASISWA PIPS UNIVERSITAS LAMPUNG**

**Oleh**

**ZALFA MERCURY**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Program Studi Pendidikan Ekonomi**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2025**

Judul Skripsi

**: PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, PERSEPSI  
MANFAAT, DAN LITERASI KEUANGAN  
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN BNI  
MOBILE BANKING PADA MAHASISWA PIPS  
UNIVERSITAS LAMPUNG.**

Nama Mahasiswa

**: Zalfa Mercury**

NPM

**: 2013031058**

Program Studi

**: Pendidikan Ekonomi**

Jurusan

**: Pendidikan IPS**

Fakultas

**: Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**1. Komisi Pembimbing**

Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu

**Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.**

**NIP 19770808 200604 2 001**

**Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd.**

**NIP 199008062019032016**

**2. Mengetahui**

Ketua Jurusan Pendidikan  
Ilmu Pengetahuan Sosial

Plt. Ketua Program Studi  
Pendidikan Ekonomi

**Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.**

**NIP 19741108 200501 1 003**

**Drs. Tedi Rusman, M.Si.**

**NIP 19600826 198603 1 001**

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

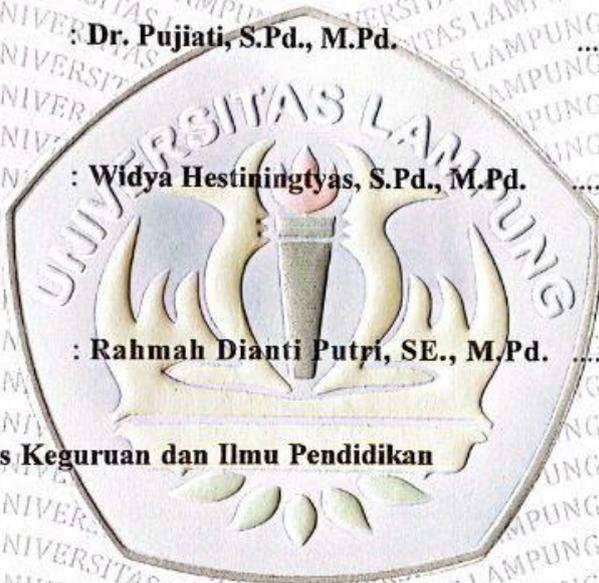
**Ketua : Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.**

**Sekretaris : Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd.**

**Penguji Bukan Pembimbing : Rahmah Dianti Putri, SE., M.Pd.**

**Dr. Ht. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

**Risyandi, M.Pd.**  
**NIP. 19760808 200912 1 001**



*[Handwritten signatures of Dr. Pujiati, Widya Hestiningtyas, and Rahmah Dianti Putri]*

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 15 Januari 2025**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, TEKNOLOGI  
DAN PERGURUAN TINGGI  
UNIVERSITAS LAMPUNG**

**JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung 35145

Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

e-mail: [kip@unila.ac.id](mailto:kip@unila.ac.id), laman: <http://kip.unila.ac.id>

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zalfa Mercury  
NPM : 2013031058  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 31 Januari 2025



Zalfa Mercury  
2013031058

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Zalfa Mercury dan akrab disapa dengan nama Zalfa. Penulis lahir di Bandar Lampung pada 7 juni 2002, yang merupakan anak pertama dari tiga bersaudara pasangan Bapak Rudi Hartono dan Ibu Retno Utami. Penulis berasal dari Kelurahan Nusantara Permai, Kecamatan Sukabumi, Kota Bandar Lampung.

Berikut pendidikan formal yang pernah ditempuh :

1. TK Apik Bandar Lampung, lulus pada tahun 2008
2. SD Negeri 1 Palapa Bandar Lampung, lulus pada tahun 2014
3. SMP Negeri 18 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2017
4. SMA Negeri 12 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2020
5. Pada tahun 2020 penulis diterima melalui jalur SBMPTN pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung.

Pada tahun 2022 penulis mengikuti Kuliah Kerja Lapangan (KKL), kemudian melaksanakan praktek Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMA Negeri 2 Blambangan Umpu sekaligus Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Sidoarjo, Kecamatan Umpu Semenguk, Kabupaten Way Kanan pada tahun 2023. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif di beberapa organisasi tingkat universitas maupun fakultas, yakni pada organisasi BEM FKIP Unila, Unit Kegiatan Mahasiswa Bidang Seni (UKMBS), dan Assets. Selain itu, penulis pernah mengikuti magang di divisi advokasi Bakrie Center Foundation (BCF) pada tahun 2023 selama 6 bulan, yang bergerak di bidang lembaga sosial Gerakan Ayo Kuliah yang di naungi oleh Dinas Sosial, yang bertujuan untuk menambah *softskill* dan pengalaman.

## **PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillahirobbil alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kiarunia, nikmat, serta ridho-Nya sehingga, penulis dapat sampai pada tahap ini. Karya kecilku ini ku persembahkan sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada:

### **Kedua Orang Tuaku Tercinta**

Dengan penuh cinta dan terimakasih yang teramat dalam, skripsi ku ini untuk kedua orang tuaku tercinta, Ayah dan Bunda yang dengan tulus, ikhlas dan sabar mencurahkan kasih sayang, dukungan serta do'a yang tak pernah berhenti selama perjalanann ini. Terima kasih telah menjadi tempat pulang dan sandaran ternyaman dikala aku tidak mampu untuk memikul beban sendirian, terimakasih atas segala pengorbanan dan bimbingan yang telah diberikan. Semua pencapaian ini berkat kasih sayang dan cinta yang tulus diberikan padaku.

### **Adik-Adikku Tersayang**

Terima kasih adikku Faris Sajid Mika'il dan adik kecil ku Faiza Ibra Radjasa yang telah memberikan ku canda tawa dan lelucon yang menggelitik, sehingga sejenak membuatku lupa akan masalah yang ada. Teruslah belajar dan raih cita-cita kalian, doa serta dukungan ku akan selalu menyertai kalian berdua.

### **Teman dan Sahabat-Sahabatku**

Terima kasih untuk segala canda tawa, gurauan, tangisan cerita dan pengalaman yang amat berharga yang kalian berikan kepadaku. Terimakasih karena selalu ada disaat suka dan duka, selalu memberikan nasihat, bantuan dan dukungan kalian. Semoga persahabatan kita takkan lekang oleh waktu.

### **Semua Guru, Dosen, Pendidik dan Almamater**

Terima kasih Bapak, Ibu. Atas semua jasa kalian, terima kasih atas segala ilmu dan bimbingan yang telah kalian ajarkan selama ini dan semua motivasi yang kalian tanamkan kepada ku semoga selalu memberkahi setiap perjalanan dan memudahkan segala urusan bapak dan ibu sekalian, Aamiin.

## **MOTTO**

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya  
bersama kesulitan ada kemudahan”

**(QS. Al-Insyirah: 5-6)**

“Minta pertolongan dengan sabar dan shalat. Sesungguhnya Allah bersama  
orang-orang yang sabar”

**(QS. Al-Baqarah: 153)**

“Jika Allah menolong kamu, maka tidak ada yang dapat mengalahkanmu”

**(QS. Ali Imran: 160)**

“Dan berbuat baiklah kepada orang lain, sebagaimana Allah telah berbuat baik  
kepadamu”

**(QS. Al-Qasas: 77)**

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan  
lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu  
serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi,  
gelombang- gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

**(Boy Chandra)**

## SANWACANA

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif, Persepsi Manfaat, dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan BNI Mobile Banking Pada Mahasiswa Jurusan PIPS Universitas Lampung”. Shalawat serta salam senantiasa penulis hanturkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang selalu dinantikan syafaatnya di Yaumul akhir kelak.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan, serta saran dari semua pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalam nya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmelia Afriani, D. E. A., I. P. M., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, segenap Pimpinan dan jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Drs. Riswandi, M.Pd., selaku PLT Dekan FKIP Universitas Lampung sekaligus Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja sama FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Drs. Tedi Rusman, M.Si., selaku Plt Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
7. Ibu Dr. Pujiati, M.Pd., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih Ibu, atas segala bentuk dukungan, ilmu, motivasi dan kebaikan yang Ibu

berikan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kemudahan dalam urusannya.

8. Ibu Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd., selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing II yang telah bersedia membimbing, meluangkan waktunya, memberi motivasi, serta memberi kritik, saran dan arahan selama perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Ibu atas segala arahan dan motivasinya selama bimbingan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan serta rahmat dan hidayah-Nya kepada Ibu dan Keluarga.
9. Ibu Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., selaku dosen pembahas dan penguji utama yang telah bersedia mengarahkan, memberi kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih Ibu, semoga selalu diberikan kesehatan dan dilancarkan segala urusannya.
10. Bapak dan Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi yakni Drs. Tedi Rusman, M.Si., Drs. I Komang Winatha, M.Si., Drs. Nurdin, M.Si., Drs. Yon Rizal, M.Si., Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., Suroto, S.Pd., M.Pd., Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Dr. Fitra Dharma, M.Si., Dr. Atik Rusdiani S.Pd., M.Pd., dan Dr. Mega Metalia., M.Si., M.S.Ak. CA. Terima Kasih atas ilmu yang diberikan, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan nikmat dan rahmat-Nya kepada Bapak dan Ibu Dosen.
11. Terima kasih kepada Bapak Ibu Staff dan Karyawan Universitas Lampung yang telah membantu dalam mengurus segala persyaratan selama perkuliahan.
12. Teruntuk yang istimewa, kedua orang tuaku yang paling ku sayangi Ayah Rudi Hartono dan Bunda Retno Utami. Terima kasih atas kerja keras, pengorbanan selama ini, yang selalu diusahakan untuk memberikan yang terbaik, doa-doa yang di panjatkan setiap hari, kasih sayang tiada hentinya, serta segala sesuatu yang tidak terukur nilainya sampai kapanpun. Semoga Ayah dan Bunda selalu diberikan kesehatan, selalu dalam lindungan Allah SWT, berkah dan panjang umur agar penulis bisa membahagiakan suatu saat nanti dan bisa membalas pengorbanan yang telah diberikan.

13. Adik-adikku tersayang Faris Sajid Mika'il dan Faiza Ibra Radjasa terimakasih atas segala semangat dan dukungan kalian, walaupun sering bertengkar tapi hal itu menjadikan isi di dalam rumah yang sunyi dan semakin membuat mba dina sayang kepada kalian. Semoga Allah SWT memberikan kesehatan, menjadikan kalian orang yang sukses dunia akhirat, diberikan kemudahan dalam setiap langkah, diperlancar rezekinya, tercapai cita-cita kalian dan semoga bisa membahagiakan Ayah dan Bunda.
14. Terimakasih untuk keluarga KKN dan PLP Desa Sidoarjo Kec. Umpu Semenguk , Kab. Way Kanan, Dini, Hanif, Mulyawan, Susi, Chintia, Naya, Nadya, Wulan, Azza, karang taruna, masyarakat dan perangkat desa untuk kebersamaannya selama kurang lebih 40 hari, berbagi cerita serta mengukir pengalaman baru yang indah nan menyenangkan untuk dikenang. Semoga tuhan membalas kebaikan kalian semua.
15. Terimakasih untuk "Seruni" (Dini Fauziah, Aisyah Putri Zahidah dan Dela Sepdiana Putri) yang telah menjadi sahabat senang maupaun susah di bangku perkuliahan ini. Terimakasih sudah sangat membantu dalam proses skripsi ini, mendengarkan segala curhatan dan keluh kesahku, semoga Allah membalas kebaikan kalian. Semua teman memang ada masanya, tapi semoga sama kalian masanya ga akan habis sampai kapanpun.
16. Terimakasih untuk teman-teman SMA ku, Cindy, Dewi, dan Kania yang telah menjadi penghibur hari-hari yang melelahkan, menjadi tempat curhat, doa, dukungan dan motivasi kepada penulis, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
17. Terimakasih untuk "Rawr" (Dini, Oci, Nadira, Anggun, Aisyah, Dwi, Dela) sudah menjadi teman yang menyenangkan selama perkuliahan ini dan banyak membantu dalam proses skripsi ini. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.
18. Seluruh teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 dan teman-teman Jurusan PIPS yang telah membantu proses pembuatan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan baik, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.

19. Almamater tercinta, MIN Jagabaya II, SMPN 5 Bandar Lampung, dan SMKN 1 Bandar Lampung yang telah memberikan aku banyak ilmu, dan mengajarkanku akan betapa pentingnya pendidikan dalam kehidupan.
20. Terimakasih untuk semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung atau tidak langsung semoga bernilai ibadah.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, hidayah, serta kemuliaan-Nya atas kebaikan dan pengorbanan bagi kita semua. Disadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, saran dan kritik yang bersifat membangun selalu diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandar Lampung, 26 November 2024

Penulis,

Zalfa Mercury

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah .....	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan Penelitian .....	11
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Konsep Teori .....	14
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	22
C. Kerangka Berpikir .....	26
D. Hipotesis .....	28
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>29</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	29
B. Populasi dan Sampel.....	29
C. Teknik Pengambilan Sampel .....	31
D. Variabel Penelitian.....	32
E. Definisi Konseptual Variabel.....	32

F.	Definisi Operasional Variabel.....	33
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	35
H.	Uji Persyaratan Instrumen .....	35
I.	Uji Persyaratan Analisis Data .....	42
J.	Uji Asumsi Klasik.....	43
K.	Pengujian Hipotesis .....	45
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	48
B.	Gambaran Umum Penelitian.....	49
C.	Deskripsi Data Penelitian.....	49
D.	Uji Analisis Data.....	58
E.	Uji Asumsi Klasik .....	59
F.	Pengujian Hipotesis .....	63
G.	Pembahasan .....	72
H.	Keterbatasan Penelitian.....	79
<b>V.</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>80</b>
A.	Simpulan.....	80
B.	Saran.....	81
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Kuesioner Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> .....	5
Tabel 2. Hasil Kuesioner Mengenai Perilaku Konsumtif .....	6
Tabel 3. Hasil Kuesioner Mengenai Persepsi Manfaat .....	7
Tabel 4. Hasil Kuesioner Mengenai Literasi Keuangan .....	9
Tabel 5. Hasil Penelitian yang Relevan .....	22
Tabel 6. Jumlah mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS) Universitas Lampung angkatan 2020 .....	30
Tabel 7. Perhitungan jumlah sampel mahasiswa aktif Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Lampung Angkatan 2020 .....	31
Tabel 8. Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 9. Skor Skala <i>Semantic Differential</i> .....	36
Tabel 10. Uji Validitas Perilaku Konsumtif (X1) .....	37
Tabel 11. Uji Validitas Persepsi Manfaat (X2).....	37
Tabel 12. Uji Validitas Literasi Keuangan (X3) .....	38
Tabel 13. Uji Validitas Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> (Y).....	38
Tabel 14. Daftar Interpretasi Koefisien r .....	39
Tabel 15. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (X1).....	40
Tabel 16. Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (X2).....	40
Tabel 17. Uji Reliabilitas Literasi Keuangan (X3) .....	41
Tabel 18. Uji Reliabilitas Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> (Y).....	41
Tabel 19. Kriteria Pengujian Autokorelasi Metode <i>Durbin-Watson</i> .....	44
Tabel 20. Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	51
Tabel 21. Kategori Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	52
Tabel 22. Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Manfaat (X2) .....	53
Tabel 23. Kategori Variabel Persepsi Manfaat (X2) .....	53
Tabel 24. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X3).....	54
Tabel 25. Kategori Variabel Literasi Keuangan (X3).....	55

Tabel 26. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> (Y).....	56
Tabel 27. Kategori Variabel Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> (Y).....	57
Tabel 28. Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 29. Hasil Uji Homogenitas.....	59
Tabel 30. Hasil Uji Linearitas .....	60
Tabel 31. Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 32. Hasil Uji Autokorelasi .....	62
Tabel 33. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 34. Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel (X1).....	64
Tabel 35. Nilai Determinasi ( $R^2$ ) Variabel (X1) .....	64
Tabel 36. Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel (X2).....	66
Tabel 37. Nilai Determinasi ( $R^2$ ) Variabel (X2) .....	66
Tabel 38. Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel (X3).....	67
Tabel 39. Nilai Determinasi ( $R^2$ ) Variabel (X3) .....	68
Tabel 40. Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Multipel .....	69
Tabel 41. Regresi Berganda (ANOVA).....	69
Tabel 42. Koefisien Uji Hipotesis Secara Simultan.....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i> 2017-Mei 2023 .....	3
Gambar 2. Skema Penelitian.....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Izin Penelitian Pendahuluan .....	88
Lampiran 2. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	89
Lampiran 3. Dokumentasi Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan.....	90
Lampiran 4. Surat Izin Penelitian .....	91
Lampiran 5. Surat Balasan Penelitian .....	92
Lampiran 6. Formulir Kuesioner Penelitian ( <i>Google Form</i> ) .....	93
Lampiran 7. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	94
Lampiran 8. Angket Penelitian .....	95
Lampiran 9. Data Uji Instrument .....	101
Lampiran 10. Data Responden Penelitian.....	105
Lampiran 11. Uji Reliabilitas.....	109
Lampiran 12. Uji Normalitas .....	111
Lampiran 13. Uji Homogenitas.....	111
Lampiran 14. Uji Linearitas .....	112
Lampiran 15. Uji Multikolinearitas.....	112
Lampiran 16. Uji Autokorelasi .....	113
Lampiran 17. Uji Heteroskedastisitas .....	113
Lampiran 18. Uji Hipotesis.....	115

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

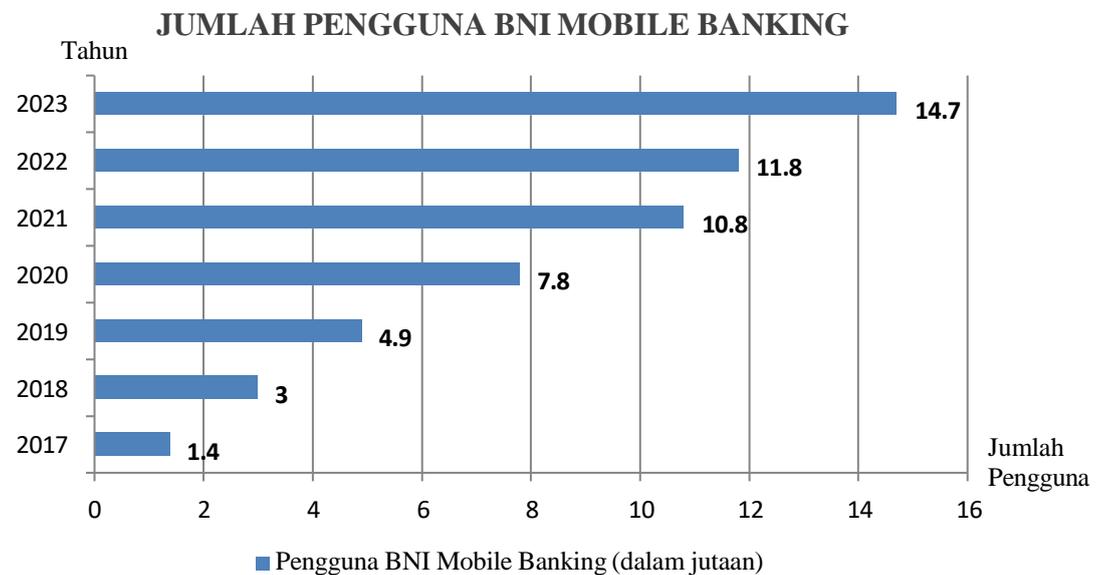
Perkembangan teknologi yang cukup pesat membuat perubahan dalam kehidupan, penggunaan teknologi untuk memenuhi kebutuhan individu dalam mendapatkan berbagai informasi dan berbagai layanan elektronik. Perubahan teknologi ini merubah setiap kegiatan dan aktivitas individu lintas usia, dari usia anak-anak hingga usia orang dewasa seperti komunikasi jarak jauh, perkembangan transportasi hingga cara mengelola keuangan. Perkembangan informasi dan teknologi telah diterapkan pada berbagai bidang, salah satu bidang yang mengalami perubahan ada pada bidang keuangan atau *financial* yang telah mengalami perubahan yang signifikan dalam cara kita bertransaksi, salah satunya yaitu dengan menggunakan *Mobile Banking*.

*Financial teknologi* menjadi pendorong dalam berkembangnya layanan *Mobile Banking*. *Mobile Banking* erat kaitannya dengan *financial teknologi*, karena *Mobile Banking* merupakan perkembangan teknologi yang terjadi pada bidang keuangan khususnya perbankan. Hal ini selaras dengan yang dikemukakan oleh (Harefa dan Kennedy, 2018) *Financial Teknologi* atau sering pula disebut *fintech* merupakan inovasi teknologi yang berkembang pada bidang keuangan. *fintech* merupakan pemanfaatan teknologi secara maksimal dalam meningkatkan layanan jasa keuangan. Secara sederhana *fintech* dapat diartikan sebagai pemanfaatan perkembangan teknologi informasi di bidang *financial* atau keuangan. Bank Indonesia mendefinisikan *fintech* sebagai hasil dari gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, dengan inovasi teknologi yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kini dapat melakukan transaksi dengan jarak jauh.

Inovasi teknologi *fintech* ini mengacu pada teknologi modern yang memberikan dampak positif yang disambut antusias oleh masyarakat. *Fintech* didukung oleh masyarakat atas kemudahannya dalam hal transaksi keuangan dibandingkan dengan proses administratif perbankan yang kaku dan berbelit (Rachman, 2017). *Fintech* bukan sesuatu yang baru melainkan sudah terjadi sejak tahun 1990an saat perbankan mengeluarkan mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM) serta kartu kredit. Beberapa layanan *fintech* perbankan yang lazim digunakan seperti ATM, *mobile payment*, uang elektronik hingga layanan *Mobile Banking* yang kini kian digandrungi.

*Mobile Banking* sendiri merupakan sebuah aplikasi yang menyediakan layanan perbankan yang memungkinkan individu untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat seluler seperti *smartphone*. Pada intinya, dari sisi layanan tidak ada perbedaan yang berarti *Mobile Banking* dan bank konvensional, keduanya memiliki peranan menawarkan jasa seperti tabungan, penarikan dana transfer, investasi dan pinjaman. Namun ada, perbedaan antara layanan *Mobile Banking* dan bank konvensional, layanan *Mobile Banking* dapat di akses secara *online* dimanapun dan kapanpun sedangkan layanan bank konvensional harus dilakukan secara tatap muka atau melakukan transaksi dengan mengunjungi bank atau cabang terdekat, hal ini membutuhkan waktu dan seringkali melibatkan antrian yang panjang.

Mayoritas bank yang ada di Indonesia menyediakan layanan *Mobile Banking*. Sebanyak 8 jenis *Mobile Banking* yang kini populer di Indonesia contohnya seperti BCA *Mobile Banking*, *Livein' by Mandiri*, BRI *Mobile*, BSI *Mobile*, CIMB Niaga *Mobile*, Neobank by BNC *Digital Bank*, BTN *Mobile Banking*, dan salah satu produk *Mobile Banking* dari Bank BNI yaitu BNI *Mobile Banking*. Aplikasi BNI *Mobile Banking* kini menjadi salah satu *Mobile Banking* yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Dikutip dari laman *website* BNI tercatat, pengguna BNI *Mobile Banking* bertambah lebih dari 1 juta pengguna setiap tahunnya. Berikut adalah grafik pertumbuhan pengguna BNI *Mobile Banking* dari tahun 2017 hingga tahun 2023.



Gambar 1. Jumlah Pengguna BNI *Mobile Banking* 2017-Mei 2023 di Indonesia

Sumber : [www.bni.go.id](http://www.bni.go.id)

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 Bank Nasional Indonesia (BNI) mencatat jumlah pengguna BNI *Mobile Banking* di Indonesia sebanyak 1,4 juta orang pengguna, dan selanjutnya pada tahun 2018, 2019 sampai 2023 terus mengalami kenaikan jumlah pengguna hingga mencapai 14,7 juta pengguna, yang mana puncak dari peningkatan pengguna *Mobile Banking* tersebut ada pada tahun 2020 dan 2021. Pada tahun 2020 dan 2021 dimana pada tahun tersebut sedang mngalami pandemi COVID-19 yang mengharuskan setiap individu untuk mengurangi interaksi fisik dan aktivitas di luar rumah, sehingga penggunaan layanan *Mobile Banking* menjadi alternatif transaksi non-tunai yang efektif. Pada masa pandemi COVID-19 tahun 2020 dan 2021 jumlah pengguna BNI *Mobile Banking* meningkat sebanyak 2,9 juta hingga 3 juta di setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan BNI *Mobile Banking* brdasarkan grafif diatas semakin populer dan masyarakat semakin terbiasa dengan transaksi non tunai.

Pergeseran transaksi menjadi non-tunai oleh masyarakat membuat berbagai macam kegiatan transaksi dilakukan melalui media digital. Pengguna *Mobile Banking* didominasi oleh generasi Z atau anak yang terlahir pada tahun 1997-2012 dalam hal ini seperti mahasiswa. Generasi Z tumbuh di era digital, sehingga generasi Z di kalangan mahasiswa sangat akrab dengan berbagai perangkat dan aplikasi yang ada di media digital atau smartphone. Generasi Z selalu menginginkan segala sesuatu yang serba cepat, mudah dan efisien, sehingga transaksi melalui media digital sangat sesuai dengan gaya hidup mereka. Mahasiswa juga tidak merasa cemas akan privasi pengguna, karena keamanan pengguna *BNI Mobile Banking* telah terjamin sehingga mahasiswa dapat merasakan keamanan bertransaksi secara mudah dan terjamin. Sebagian dari mereka menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi yang dilakukan oleh mereka secara berkala. Berbagai manfaat menarik ditawarkan oleh sistem pembayaran non tunai seperti efisiensi segi waktu dan hemat biaya dalam bertransaksi (Solikin, 2020). Fenomena yang terjadi pada akhir-akhir ini menyebabkan para generasi Z seperti mahasiswa memilih melakukan pembelian secara non tunai atau *cashless*.

Semua mahasiswa yang ada di Universitas Lampung diberikan fasilitas untuk memiliki rekening BNI. Tujuan dari pihak universitas memberikan rekening tersebut adalah untuk pembayaran UKT disamping itu mahasiswa juga dapat memanfaatkan fasilitas rekening BNI untuk dapat mengelola keuangan pribadinya, sehingga keberadaan aplikasi *BNI Mobile Banking* dapat memudahkan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau melakukan berbagai macam transaksi menggunakan *BNI Mobile Banking*. Namun, penggunaan dari *BNI Mobile Banking* tersebut dapat menimbulkan ketergantungan teknologi sehingga tidak jarang kita temui mahasiswa yang tidak memiliki uang *cash* karena lebih memilih menyimpan dan menggunakan uangnya melalui *Mobile Banking*.

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan terhadap 49 mahasiswa PIPS angkatan 2020 Universitas Lampung yang telah dilakukan didapatkan hasil mengenai keputusan menggunakan *Mobile Banking* sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Kuesioner Indikator Keputusan Menggunakan *Mobile Banking*

No.	Indikator	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mengenali kebutuhan sebelum menggunakan <i>Mobile Banking</i>	20	29	40,8%	59,2%
2	Mencari informasi <i>Mobile Banking</i>	26	23	53,1%	46,9%
3	Mencari alternatif selain <i>Mobile Banking</i>	31	18	63,3%	36,7%
4	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> hanya untuk pendidikan	9	40	18,4%	81,6%
5	Dampak keuangan pasca menggunakan <i>Mobile Banking</i>	34	15	69,3%	30,7%

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil dari kuisisioner di atas, menunjukkan bahwa sebanyak 59,2% mahasiswa PIPS Universitas Lampung ternyata tidak mengenali terlebih dahulu kebutuhannya yang diperlukan sebelum memutuskan untuk menggunakan *Mobile Banking*, di samping itu ada sebanyak 53,1% mahasiswa yang mencari informasi mengenai *Mobile Banking*. Dari hasil pra-penelitian didapatkan pula sebanyak 81,6% mahasiswa yang menggunakan *Mobile Banking* tidak hanya untuk kepentingan pendidikan saja, kemudian sebanyak 63,3% mahasiswa PIPS Universitas Lampung yang ternyata masih mencari alternatif *Mobile Banking* lain yang dapat digunakannya untuk bertransaksi, selain itu sebanyak 71,4% mahasiswa merasa pasca menggunakan *Mobile Banking* tersebut berdampak pada keuangan mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa PIPS Universitas Lampung menggunakan BNI *Mobile Banking* tidak hanya sebagai metode bertransaksi untuk kepentingan pendidikan semata dan hal tersebut juga dinilai berdampak bagi keuangan mahasiswa.

Keputusan menggunakan *Mobile Banking* merupakan sebuah hasil dari pertimbangan tentang bagaimana mahasiswa ingin mengelola keuangannya dalam era digital. BNI *Mobile Banking* menghadirkan beberapa keunggulan seperti kemudahan dalam pembukaan rekening, mengadopsi sistem keamanan

yang lebih baik, *login* dengan *finger print/face recognition*, dan akses info promo. Namun, nyatanya dibalik berbagai kemudahan yang dihadirkan tersebut dapat menimbulkan kebiasaan seperti perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif bisa terjadi pada seseorang mahasiswa karena dipengaruhi kemudahan transaksi yang dapat dilakukan melalui media digital. Kemudahan bertransaksi bisa membuat masyarakat mempunyai perilaku konsumtif, tidak ada perencanaan dalam berbelanja dan cenderung ke pembelian impulsif (Ali dan Rika,2020). Berikut ini adalah data mengenai perilaku konsumtif berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada mahasiswa PIPS Universitas Lampung angkatan 2020.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Mengenai Indikator Perilaku Konsumtif

No.	Indikator	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Lebih sering membeli barang keinginan daripada kebutuhan	29	20	59,2%	40,8%
2	Sering belanja meskipun barang dimiliki masih bagus	24	25	49%	51%
3	Membeli barang karena menarik	33	16	67,3%	32,7%
4	Berbelanja untuk gaya hidup	31	18	63,3%	36,7%
5	Berbelanja agar terlihat berkelas	19	30	38,8%	61,2%
6	Belanja karena diskon/bonus	32	17	65,3%	34,7%

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil kuisisioner pra-penelitian, menunjukkan bahwa sebanyak 59,2% mahasiswa PIPS Universitas Lampung, lebih sering membeli barang yang diinginkannya daripada barang kebutuhannya, kemudian 49% mahasiswa juga sering berbelanja meskipun barang yang ada masih terbilang bagus, dan 67,3% mahasiswa cenderung membeli barang hanya karena menurutnya menarik. Dari hasil pra-penelitian pula didapatkan sebanyak 63,3% mahasiswa yang berbelanja untuk menunjang gaya hidupnya, lalu ada

sebanyak 38,8% mahasiswa yang berbelanja agar dapat terlihat berkelas oleh orang lain, selain itu sebanyak 34,7% mahasiswa PIPS Universitas Lampung yang melakukan transaksi hanya karena ada diskon atau bonus semata. Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan adanya kemudahan transaksi yang ditawarkan dapat membuat mahasiswa tertarik untuk melakukan transaksi atau berbelanja lebih banyak dari yang semestinya.

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa PIPS Universitas Lampung memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang maupun menggunakan jasa hanya untuk memenuhi kepuasan pribadi semata dan tidak lagi memandang manfaat atau urgensi dari barang maupun jasa tersebut (Nooriah, 2020). Kemudahan dan efisiensi yang tersedia pada saat melakukan transaksi atau berbelanja ini yang menarik mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan maupun untuk memenuhi hasrat keinginan saja yang timbul karena adanya gaya hidup. Kemudahan melakukan transaksi dapat menyebabkan mahasiswa melakukan pengeluaran yang tidak terencana atau impulsif. Mahasiswa cenderung melakukan transaksi lebih sering, baik untuk pembelian kebutuhan sehari-hari maupun untuk pembelian barang atau jasa yang tidak terlalu dibutuhkan. Berikut ini adalah data mengenai persepsi manfaat berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada mahasiswa PIPS Universitas Lampung angkatan 2020.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Mengenai Indikator Persepsi Manfaat

No.	Indikator	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Mempermudah transaksi	45	4	91,8%	8,2%
2	Menambah produktifitas	21	28	42,9%	57,1%
3	Mempertinggi efektifitas	42	7	85,7%	14,3%
4	Meningkatkan kinerja	25	24	51%	49%

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan, menunjukkan bahwa sebanyak 91,8% mahasiswa PIPS Universitas Lampung merasa *Mobile Banking* dapat

mempermudah dalam melakukan transaksi, namun sebanyak 57,1% mahasiswa tidak merasa bahwa *Mobile Banking* dapat menambah produktifitas mereka. Dari hasil penelitian pendahuluan didapatkan sebanyak 85,7% mahasiswa PIPS Universitas Lampung merasa bertransaksi menggunakan *Mobile Banking* dapat mempertinggi efektifitas dan mempersingkat waktu dan 51% mahasiswa pula yang merasa *Mobile Banking* dapat meningkatkan kinerja mereka. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyak dari mahasiswa yang merasa aplikasi BNI *Mobile Banking* dapat bermanfaat sehingga dapat membantu mereka dalam melakukan transaksi secara cepat dan mudah.

Persepsi manfaat yang tinggi akan memberikan motivasi yang kuat bagi seseorang untuk mencoba menggunakan suatu layanan, seperti halnya dalam keputusan untuk menggunakan *Mobile Banking* pada mahasiswa. Mahasiswa Universitas Lampung dewasa ini cenderung memilih menggunakan *Mobile Banking* karena berbagai manfaat yang akan didupatkannya. Manfaat dari menggunakan layanan *Mobile Banking* yaitu, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat memengaruhi tingkat kinerja seseorang (Ningrum, 2020). Untuk membantu kegiatan transaksi BNI *Mobile Banking* menyediakan beberapa fitur atau layanan didalam aplikasinya seperti tarik tunai tanpa kartu ATM, Transfer ke sesama bank BNI ataupun bank lain, *e-money*, *top up* dompet digital, pembelian pulsa ataupun data, pembayaran tagihan listrik hingga *personal financial management* yang dapat membantu nasabah BNI khususnya mahasiswa untuk melihat pemasukan pengeluaran selama bertransaksi menggunakan BNI. Berikut ini adalah data mengenai Literasi Keuangan berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada mahasiswa PIPS Universitas Lampung angkatan 2020.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Mengenai Literasi Keuangan

No.	Pertanyaan	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Faham dengan keuangan pribadi	31	18	63,3%	36,7%
2	Mengatur tabungan dan pengeluaran	26	23	53,1%	46,9%

Sumber : Hasil Kuesioner, 2024

Berdasarkan hasil pra-penelitian, menunjukkan bahwa masih ada sebanyak 36,7% mahasiswa PIPS Universitas Lampung yang belum faham dengan keuangan pribadinya dan 63,3% lainnya faham dengan keuangan pribadinya. Dalam hal ini, literasi keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk dapat membuat keputusan yang lebih informatif, seperti memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansialnya. Selain itu ada sebanyak 53,1% mahasiswa yang mengatur tabungan dan pengeluarannya, dan 46,9% lainnya tidak mengatur tabungan maupun keuangannya. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih aktif menggunakan fitur *budgeting* dan *saving* di aplikasi *Mobile Banking* untuk mengatur pengeluaran dan menabung untuk masa mendatang. Hal ini berarti bahwa dengan menggunakan *Mobile Banking* banyak mahasiswa yang terbantu dalam mengelola keuangan mahasiswa. Hal ini selaras dengan pemahaman literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan yang memengaruhi sikap serta perilaku untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan (OJK, 2017).

Berdasarkan latar belakang maka, hendak dikaji lebih lanjut terkait dengan **“Pengaruh Perilaku Konsumtif, Persepsi Manfaat, dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Lampung”**

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi yaitu sebagai berikut:

1. Sebagian besar mahasiswa PIPS Universitas Lampung lebih suka melakukan transaksi menggunakan *Mobile Banking* khususnya BNI *Mobile Banking* dibandingkan dengan menggunakan uang *cash*.
2. Ada kecenderungan mahasiswa PIPS Universitas Lampung dalam penggunaan BNI *Mobile Banking* yang dilakukan secara terus menerus dapat menimbulkan perilaku konsumtif.
3. Sebagian mahasiswa PIPS Universitas Lampung, lebih memilih menggunakan BNI *Mobile Banking* dibandingkan uang *cash* karena berbagai manfaat yang didapatkan pada penggunaan aplikasi tersebut.
4. Sebagian mahasiswa PIPS Universitas Lampung, berpendapat terdapat perbedaan dalam mengelola keuangan dengan menggunakan BNI *Mobile Banking* dan tidak menggunakan BNI *Mobile Banking*.

## C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang bersumber dari latar belakang masalah dan hasil pra-penelitian tersebut, maka untuk mempermudah pembahasan selanjutnya penulis membatasi masalah pada “Pengaruh Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* ( $Y$ ) pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung”.

#### D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung?
2. Apakah ada pengaruh Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung?
3. Apakah ada pengaruh Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung?
4. Apakah ada pengaruh Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung?

#### E. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
2. Pengaruh Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
3. Pengaruh Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
4. Pengaruh Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* Pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.

## F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini berguna baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam peningkatan keilmuan tentang penggunaan *Mobile Banking* terkait dengan pengaruh perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan BNI *mobile banking*.

### 2. Manfaat Praktis

#### a Bagi Program Studi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat serta kontribusi positif dalam peningkatan pengetahuan dan menjadi bahan referensi bagi program studi dalam penyempurnaan bahan ajar terkait dengan perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan terhadap keputusan menggunakan BNI *mobile banking*.

#### b Bagi Mahasiswa

Dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan dalam menggunakan *mobile banking* agar tidak berlebihan yang akan berdampak pada perilaku konsumtif.

#### c Bagi Peneliti

Diharapkan dapat dijadikan referensi bagi riset lanjutan khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumtif, persepsi manfaat, literasi keuangan dan penggunaan *Mobile Banking*.

#### d Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dan sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan rujukan referensi untuk penelitian berikutnya.

## G. Ruang Lingkup Penelitian

Berikut adalah ruang lingkup penelitian yang dilakukan.

### 1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang difokuskan adalah Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), Literasi Keuangan ( $X_3$ ), dan Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* ( $Y$ )

### 2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa PIPS Universitas Lampung, khususnya pada angkatan 2020.

### 3. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan khususnya pada Lingkup PIPS Universitas Lampung.

### 4. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun akademik 2023/2024.

### 5. Ilmu Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah ilmu ekonomi dengan topik *financial technology (fintech)*.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### A. Konsep Teori

#### 1. Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking*

##### a. Konsep Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking*

Keputusan dalam menggunakan suatu teknologi adalah proses yang berorientasi pada kebutuhan harian dengan cara yang bijaksana dan efisien untuk memenuhi keperluan konsumen. Proses ini melalui tahapan-tahapan seperti mengenali kebutuhan, mencari informasi, dan menilai alternatif setelah penggunaan. Menurut Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), niat untuk menggunakan teknologi memengaruhi kesediaan seseorang dalam mengadopsi teknologi tersebut (Tumsifu, 2020). *Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan pada faktor-faktor yang mempengaruhi niat perilaku seseorang untuk menerima teknologi baru, yang mencakup alasan dan cara seseorang memutuskan untuk menggunakan teknologi tersebut.

Penggunaan adalah aktivitas menggunakan atau memanfaatkan sesuatu, seperti fasilitas atau barang (Wahyuni dan Waloejo, 2020). Keputusan pembelian dapat diasumsikan sebagai keputusan menggunakan (Fatuh dan Widyastuti, 2017). Keputusan pembelian merupakan tindakan atau sikap konsumen dalam memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan pembelian atau transaksi (Sandy, 2021). Kotler dan Keller (2009) menjelaskan keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil berdasarkan preferensi merek-merek yang ada di dalam sebuah pilihan.

*Mobile Banking* adalah sebuah platform yang memungkinkan pengguna untuk memeriksa saldo, melakukan transaksi keuangan, serta pembayaran dengan perangkat bergerak, seperti ponsel (Abi dan Rizki, 2018). *BNI Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang disediakan oleh Bank BNI untuk memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi perbankan dengan lebih lancar. Keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* adalah pilihan yang diambil oleh individu untuk memanfaatkan layanan tersebut *BNI Mobile Banking*.

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Menggunakan *BNI Mobile Banking*

Faktor-faktor yang memengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *BNI Mobile Banking* antara lain: 1) Persepsi kemudahan menggunakan (*Perceived Easy of Use*) adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan mereka dalam untuk menggunakan *Mobile Banking*; dan 2) Persepsi pada kemanfaat (*Perceived Usefulness*) adalah persepsi pengguna *Mobile Banking* terhadap daya guna *Mobile Banking* (Herwin dkk, 2016).

Sedangkan menurut (Kotler dan Amstrong, 2013) dalam Novitasari dan Supriyanto (2020) terdapat beberapa faktor yang menyebabkan keputusan menggunakan.

1. Faktor budaya budaya, terdiri dari sub budaya dan kelas sosial
2. Faktor sosial, terdiri dari kelompok, keluarga, peran dan status
3. Faktor pribadi, terdiri dari usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
4. Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan sikap.

Berdasarkan literatur diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi keputusan menggunakan. Faktor tersebut dapat berasal dari dalam diri seseorang maupun dari luar

dirinya. Pemahaman dan pengetahuan tentang penggunaan suatu barang atau jasa setiap pada orang tidaklah sama. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti persepsi kemudahan dan kemanfaatan, sosial budaya, psikologis dan faktor pribadi seseorang.

c. Indikator Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking*

Berikut adalah indikator keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* (Fahmi, 2017).

1. Mengenali kebutuhan

Pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi saat ini dengan kondisi yang diinginkan.

2. Mencari informasi

Konsumen yang terdorong akan mencari informasi lebih lanjut. Jika dorongan tersebut cukup kuat dan produk dapat memenuhi kebutuhannya, konsumen kemungkinan besar akan melakukan pembelian.

3. Mengevaluasi alternatif lain.

Pada tahap ini, konsumen memanfaatkan informasi yang telah dikumpulkan untuk menilai berbagai merek alternatif yang tersedia dalam daftar pilihan.

4. Keputusan menggunakan

Ini adalah tahap di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli produk. Dalam tahap ini, konsumen menyusun peringkat merek dan mengembangkan preferensi atau niat pembelian. Secara umum, keputusan pembelian konsumen cenderung mengarah pada merek yang paling disukai.

5. Evaluasi pasca pengambilan keputusan

Tahap keputusan pembelian terjadi ketika konsumen benar-benar melakukan pembelian, yang didasari oleh kepuasan atau ketidakpuasan setelah menggunakan produk.

Hal ini selaras dengan indikator keputusan menggunakan menurut Maulidiyah (2017), yakni 1) Pengenalan masalah, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi alternatif, 4) Keputusan pembelian, 5) Perilaku pasca pembelian. Dilanjut dengan indikator dari keputusan pembelian yakni terkait dengan pilihan atau alternatif produk yang tersedia, brand image pada suatu produk/jasa, menyadari kebutuhan yang diperlukan (Jutisa dkk, 2018).

Berdasarkan literatur diatas dapat disimpulkan bahwa indikator dari keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* adalah mengenali kebutuhan yang diperlukan dalam memutuskan menggunakan *Mobile Banking*, mencari informasi yang berkaitan dengan *Mobile Banking*, mengevaluasi alternatif *Mobile Banking* lain yang tersedia, dan dampaknya pasca memutuskan menggunakan *Mobile Banking*.

## **2. Perilaku Konsumtif**

### **a. Konsep Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosiologis dalam kehidupannya, yang mendorong terjadinya konsumsi berlebihan atau pemborosan terhadap barang dan jasa yang sebenarnya tidak atau kurang dibutuhkan (Melinda dkk., 2022). Perilaku konsumtif juga dapat dipandang sebagai fenomena sosial dan ekonomi yang dipengaruhi oleh faktor budaya, terutama pengaruh mode yang dengan mudah mendorong kemunculan produk-produk tertentu. Perilaku konsumtif cenderung membeli barang berdasarkan keinginan sendiri daripada kebutuhannya sendiri (Gracela, 2023). Mahasiswa diberikan kepercayaan dan tanggung jawab oleh orang tua untuk mengelola keuangan secara mandiri. Hal ini memberikan mereka kebebasan dalam menggunakan uang tanpa pengawasan langsung dari orang tua, yang sering kali menyebabkan kurangnya rasionalitas dalam pengeluaran. (Nurdin dkk, 2019).

Perilaku konsumtif terbentuk karena konsumsi telah menjadi bagian dari gaya hidup. Perilaku ini semakin terlihat sejak era industrialisasi, saat barang mulai diproduksi massal, yang memerlukan lebih banyak konsumen (Lestarina, 2017). Penting bagi seseorang untuk menanamkan perilaku konsumtif yang rasional, tidak hanya pada diri sendiri tetapi juga sejak usia dini, agar setiap aktivitas ekonomi berjalan sesuai dengan ukuran yang tepat, yaitu berdasarkan sumber daya yang dimiliki, seperti uang dan pola pikir, serta kebutuhan yang ada (Putri, Rahmawati, dan Pujiati, 2022)

Karakteristik perilaku konsumtif antara lain: 1) Mudah terpengaruh oleh bujukan penjual, 2) Merasa tidak enak menolak tawaran penjual, 3) Tidak sabar saat ingin membeli barang, sehingga pembelian sering dilakukan tanpa pertimbangan matang, hanya didorong keinginan sesaat. (Widyaningrum & Puspitadewi. 2016)

#### b. Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat beberapa indikator dalam perilaku konsumtif (A. N. Mujahidah, 2020) yakni :

- 1) Mengutamakan membeli barang keinginan daripada kebutuhan  
Seseorang membeli barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk memuaskan keinginan, sehingga barang yang dibeli sering kali menumpuk akibat pembelian yang terus-menerus.
- 2) Membeli barang secara berlebihan  
Seseorang membeli barang bukan hanya satu, tetapi dalam jumlah lebih banyak, bahkan ketika barang yang dimiliki masih dalam kondisi baik dan layak pakai.
- 3) Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik  
Konsumen sering tertarik untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihiasi warna-warna menarik. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi pembelian lebih didorong oleh tampilan kemasan yang menarik daripada fungsi produk itu sendiri.

- 4) Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup  
Seseorang mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya ciri khas baik dalam berpakaian, berdandan, bersosial dan sebagainya dengan tujuan dapat menarik perhatian lebih.
- 5) Membeli barang untuk menaikkan status kelas sosial  
Seseorang dengan daya beli tinggi seringkali terdorong untuk menggunakan barang-barang mewah sebagai cara untuk menunjukkan status sosial yang lebih tinggi.
- 6) Membeli karena diskon atau bonus.  
Seseorang membeli suatu barang karena adanya diskon atau bonus yang ditawarkan jika membeli barang tersebut

Hal ini sejalan dengan literatur lain tentang indikator perilaku konsumtif menurut Okky dan Sri dalam (Rozaini, 2020), yaitu :

- 1) membeli produk karena iming iming hadiah
- 2) membeli produk karena kemasan yang menarik
- 3) membeli produk dengan menjaga penampilan diri dan gengsi
- 4) membeli produk berdasarkan pertimbangan harga
- 5) membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status sosial
- 6) keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Dilanjut dengan literatur lain yang menyatakan perilaku konsumtif dapat diukur dari membeli produk karena *trend*, membeli produk karena kemasan yang menarik, membeli produk karena diskon atau hadiah, membeli produk untuk menunjukan status sosial (Nainggolan. H, 2022). Maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif seseorang seperti mengutamakan membeli barang yang diinginkan berlebihan, membeli barang karena kemasan barang menarik, pemenuhan gaya hidup dan diskon atau hadiah.

### 3. Persepsi Manfaat

#### a. Konsep Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) diartikan sebagai pandangan

subjektif pengguna mengenai sejauh mana penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka. Persepsi Manfaat merupakan suatu cara individu memandang, mengartikan, dan menyimpulkan akan manfaat yang dirasakan penggunaannya (Jihan, 2021). Keyakinan pengguna bahwa dengan menggunakan sistem tersebut, kinerja mereka akan meningkat dan pekerjaan sehari-hari akan lebih mudah dilakukan. Dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi manfaat dan persepsi kegunaan teknologi terkait erat dengan sikap seseorang dalam menerima teknologi tersebut (Kusumatriawan, 2021). Kemudahan ini dapat memberikan manfaat baik secara fisik maupun non-fisik, seperti mencapai hasil yang lebih cepat dan lebih memuaskan dibandingkan jika tidak menggunakan teknologi tersebut. (Alifatul dan Dwi, 2018).

Selanjutnya teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan *perceived usefulness* adalah sejauh mana penggunaan teknologi diyakini memberikan manfaat bagi penggunaannya. Menurut Surendran (2012), *perceived usefulness* adalah evaluasi berupa harapan positif yang berasal dari persepsi pribadi, di mana penggunaan suatu aplikasi tertentu diyakini dapat meningkatkan kualitas kinerja dan kualitas hidup seseorang, serta memberikan keyakinan bahwa aplikasi tersebut akan mampu mendukung peningkatan kinerjanya.

b. Indikator Persepsi Manfaat

Berikut adalah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat (Ningrum, 2020)

1. Menjadi lebih mudah (*Makes Job Easier*)  
transaksi perbankan menjadi lebih mudah dengan menggunakan *Mobile Banking*.
2. Menambah produktifitas (*Increase Productivity*)  
Dengan menggunakan *Mobile Banking* dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja penggunaannya.
3. Mempertiggi efektifitas (*Enhance Effectiveness*)

*Mobile Banking* jika digunakan dengan baik dapat mempertinggi efektifitas dan dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.

4. Meningkatkan kinerja

Menggunakan *Mobile Banking* dapat memengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

Terdapat pula indikator tentang persepsi manfaat (Sibuea. S. dkk, 2021)

1. Mempermudah transaksi

Merupakan keadaan di mana proses jual beli menjadi lebih sederhana dibandingkan.

2. Mempercepat transaksi

Merupakan keadaan di mana proses jual beli dapat dilakukan dalam waktu yang lebih singkat daripada sebelumnya.

3. Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi

Merupakan keadaan di mana penggunaan sesuatu yang baru memberikan keuntungan lebih setelah transaksi selesai.

4. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi

Merupakan keadaan di mana penggunaan inovasi dalam jual beli dapat meningkatkan efisiensi selama proses transaksi.

Dari literatur-literatur tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa indikator untuk menilai suatu persepsi manfaat dapat dinilai dari sejauh mana suatu produk memberikan kemudahan bagi penggunanya. Hal tersebut seperti kemudahan transaksi dan efisiensi waktu. Selain itu, dari efisiensi yang diberikan dapat pula meningkatkan efektifitas dan meningkatkan kinerja penggunanya.

#### **4. Literasi Keuangan**

a. Konsep Literasi Keuangan

Literasi Keuangan merupakan konsep pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan

agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat (Vidovicova, pada penelitian Wicaksono, 2015). Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam upaya meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan (OJK, 2017). Literasi keuangan juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk memperoleh, memahami, dan mengevaluasi informasi yang relevan untuk membuat keputusan keuangan dengan mempertimbangkan dampak finansial yang mungkin terjadi (Rizki, 2018).

b. Indikator Literasi Keuangan

Ada beberapa indikator literasi keuangan untuk menilai tingkat pemahaman seseorang terhadap literasi (Prakoso, 2020)

1. Pengetahuan keuangan dasar (*basic financial knowledge*)

Pengetahuan ini mencakup aspek pengeluaran, pendapatan, aset, utang, ekuitas, dan risiko. Pengetahuan dasar tersebut berperan dalam pengambilan keputusan terkait investasi atau pembiayaan yang bisa mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengelola keuangannya.

2. Simpanan dan pinjaman (*saving and borrowing*)

Simpanan dan pinjaman adalah produk perbankan yang sering disebut sebagai tabungan dan kredit. Tabungan merupakan dana yang disimpan untuk kebutuhan di masa mendatang. Seseorang yang memiliki pendapatan lebih tinggi dibandingkan pengeluarannya akan cenderung menabung sisa uangnya untuk keperluan di masa depan.

Dilanjut menurut Susie (2017) terkait dengan indikator dalam mengukur keuangan seperti 1) *Financial Knowledge* Memiliki pengetahuan yang berkaitan dengan batasan-batasan keuangan, 2) *Financial Attitude* Memiliki minat dan ketertarikan dalam memperbaiki pengetahuan mengenai keuangan, 3) *Financial Behaviour* berorientasi untuk mengatur pengeluaran dan tabungan.

Berdasarkan kedua literatur tersebut maka dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur seberapa besar tingkat literasi keuangan terdapat dua indikator. Indikator dari literasi keuangan yang pertama yakni pengetahuan dasar keuangan yang berkaitan dengan batasan-batasan keuangan. Selanjutnya indikator literasi keuangan yang kedua yakni mengatur simpanan dan pinjaman keuangan. Pemahaman tentang keuangan merupakan langkah penting untuk menghindari masalah finansial. Dengan pengetahuan keuangan yang baik, seseorang dapat lebih mudah mempertimbangkan keputusan dalam sektor keuangan. Oleh karena itu, masyarakat, termasuk mahasiswa, perlu belajar mengelola dan mengalokasikan dana sejak dini dengan memahami konsep keuangan yang mendasar (Sari, Pujiati, dan Putri, 2020)

## B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan berfungsi sebagai referensi penulis yang berhubungan dengan penelitian kali ini. Oleh karena itu saya menggunakan penelitian terdahulu sebagai sumber referensi rujukan, mencari perbandingan dan sebagai inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini yakni sebagai berikut:

Table 5. Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Penulis	Judul	Hasil
1.	Lailatu Syifa	Pengaruh Kemudahan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa Kemudahan penggunaan <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta <b>Persamaan :</b> Terdapat persamaan variabel terikat (dependen), variabel bebas (independen) dan teknik <u>pengumpulan data</u>

Tabel 5. (Lanjutan)

		<p><b>Perbedaan:</b> Terdapat perbedaan pada lokasi penelitian dan teknik pengambilan sampel</p> <p><b>Pembaruan :</b> Pembaruan pada penelitian ini ialah mengubah dan menambahkan variabel lain terkait dengan <i>Mobile Banking</i>.</p>
2.	Yopi Nisa Febiyanti, Umaroh dan Rusdiana	<p>Pengaruh kepemilikan aplikasi <i>Mobile Banking</i> dan kondisi ekonomi orangtuaterhadap perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa UGJ Cirebon</p> <p>Berdasarkan hasil peneltian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh hasil kepemilikan aplikasi <i>Mobile Banking</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FKIP UGJ Cirebon. Penggunaan aplikasi <i>Mobile Banking</i> memberikan kemudahan untuk melakukan kegiatan transaksi keuangan dan konsumsi secara online. Oleh karena itu, aplikasi <i>Mobile Banking</i> meningkatkan produktivitas penggunanya, sehingga aplikasi <i>Mobile Banking</i> dapat memengaruhi perilaku konsumtif bagi penggunanya.</p> <p><b>Persamaan :</b> Terdapat persamaan pada variabel terikat (dependen), salah satu variabel bebas (independen), jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Terdapat variabel kondisi ekonomi orang tua yang tidak dipakai pada penelitian ini</p> <p><b>Pembaruan :</b> Pembaruan pada penelitian ini terletak pada variabel literasi keuangan dan persepsi manfaat yang tidak ada pada jurnal tersebut.</p>
3.	Nurul Mukaromah	<p>Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, risiko dan fitur layanan dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i></p> <p>Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh secara positif terhadap penggunaan</p>

Tabel 5. (Lanjutan)

		pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang	<p><i>Mobile Banking</i>, dimana semakin tinggi manfaat maka semakin tinggi pula mahasiswa menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</p> <p><b>Persamaan :</b> Pada penelitian tersebut menggunakan jenis dan pendekatan penelitian yang sama. Selait itu terdapat pula persamaan pada satu variabel independen yakni persepsi manfaat dan subjek penelitian yang sama yakni mahasiwa.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Terdapat perbedaan pada teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian tersebut dan pada lokasi penelitian.</p> <p><b>Pembaruan :</b> Penelitian ini mengganti beberapa variabel bebas (independen) yakni perilaku konsumtif dan literasi keuangan.</p>
4.	Karina Widyaningrum	Pengaruh Manfaat, Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Jakarta)	<p>Hasil analisis yang dilakukan memperlihatkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara variabel manfaat dan variabel minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</p> <p><b>Persamaan :</b> terdapat persamaan pada variabel bebas (independen) yakni persepsi manfaat dan persamaan metode analisis data.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Pada penelitian tersebut menggunakan dua variabel bebas (independen) yang berbeda yakni kemudahan dan fitur layanan.</p> <p><b>Pembaruan :</b> Pada penelitian ini mengubah dua variabel yakni perilaku konsumtif dan literasi keuangan.</p>
5.	Krissandi Tunggal Pradini dan Susanti	Pengaruh Literasi Keuangan Literasi digital, dan Kemudahan Penggunaan	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan bahwa literasi keuangan, literasi digital dan kemudahan penggunaan secara

Tabel 5. (Lanjutan)

		Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BCA, BNI, BRI	<p>simultan berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan <i>Mobile Banking</i>.</p> <p><b>Persamaan :</b> Terdapat persamaan variabel bebas (independen) yakni literasi keuangan, variabel terikat (dependen) penggunaan <i>Mobile Banking</i>, jenis penelitian dan teknik pengambilan data yang digunakan</p> <p><b>Perbedaan :</b> Terdapat perbedaan lokasi penelitian pada jurnal tersebut dan teknik pengambilan sampel yang digunakan pada jurnal tersebut</p> <p><b>Pembaruan :</b> menambahkan variabel terkait penggunaan teknologi yang sedang tren seperti <i>Mobile Banking</i>.</p>
6.	Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Tingkat Keamanan dan Fitur Layanan, Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada Mahasiswa di DKI Jakarta	<p>Hasil analisis yang dilakukan memperlihatkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh pada penggunaan <i>Mobile Banking</i> pada mahasiswa-mahasiswa di DKI Jakarta.</p> <p><b>Persamaan :</b> Terdapat persamaan variabel dependen dan variabel independen. Selain itu, terdapat persamaan pada subjek penelitian yakni mahasiswa.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Perbedaan pada jurnal tersebut terletak pada lokasi penelitian yang tidak sama dan penggunaan teknik pengambilan sampel</p> <p><b>Pembaruan :</b> Pada penelitian kali ini mengubah dua variabel independen yakni perilaku konsumtif dan juga literasi keuangan.</p>
7.	Yuhelmi, Mery Trianita, Ice Kamela dan Zeshasina Rosha	Peran literasi keuangan dalam meningkatkan minat menggunakan <i>Mobile Banking</i>	<p>Hasil penelitian pada jurnal tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>Mobile Banking</i></p> <p><b>Persamaan :</b> pada penelitian ini</p>

---

terdapat persamaan variabel independen yang digunakan yakni literasi keuangan, metode pengumpulan data yang sama  
**Perbedaan** : perbedaan terletak pada teknik pengambilan sampel dan model pengujian validitas  
**Pembaruan** : pada penelitian ini menambahkan variabel lain seperti perilaku konsumtif dan persepsi manfaat.

---

*Sumber: Berbagai Riset Relevan*

### C. Kerangka Berpikir

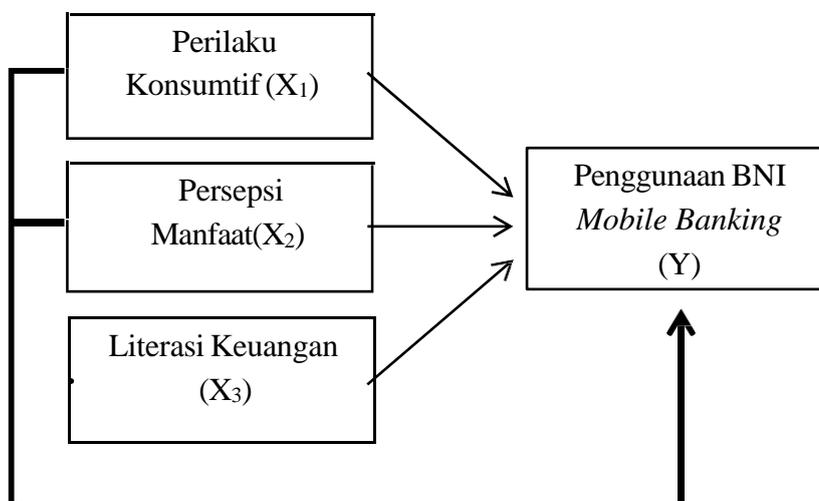
Perkembangan teknologi pada zaman sekarang semakin pesat dalam memenuhi kebutuhan dan kegiatan sehari-hari. Teknologi banyak dimanfaatkan pada berbagai macam kegiatan karena dianggap lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya. Hal tersebut pula yang terjadi pada bidang keuangan atau *financial*. Penggunaan teknologi yang diterapkan pada bidang keuangan sering disebut dengan *fintech (Financial Technology)* contohnya seperti, *Mobile Banking*. *Mobile Banking* merupakan layanan perbankan yang menawarkan berbagai kemudahan bertransaksi perbankan pada aplikasinya yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja hanya menggunakan *handphone/smartphone* bagi para nasabahnya. Dengan beragam kemudahan yang ditawarkan oleh *Mobile Banking*, kini kian banyak masyarakat yang memutuskan untuk menggunakan *Mobile Banking*.

Keberadaan *Mobile Banking* dengan segala keunggulannya mulai dari kemudahan akses transaksi perbankan, jaminan keamanan hingga kemudahan akses info promo tersebut dapat membuat nasabah terkadang lebih memilih untuk menggunakan pembayaran digital dibandingkan pembayaran konvensional. Keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* secara terus menerus tersebut nyatanya dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam melakukan pembelian barang/jasa secara berlebihan. Dengan timbulnya perilaku konsumtif seseorang berbelanja bukan lagi hanya untuk memenuhi

kebutuhannya sehari-hari tapi untuk keinginan dan kesenangan semata.

Layanan *Mobile Banking* dirancang untuk mempermudah penggunaanya dalam melakukan pembayaran ataupun transaksi perbankan. Bagi nasabah bank khususnya mahasiswa hal tersebut sangat bermanfaat untuk dapat melakukan pembayaran UKT hanya menggunakan *Mobile Banking*. Penggunaan *Mobile Banking* yang dilihat menggunakan persepsi manfaat dapat membantu penggunaanya dalam kesehariannya. Tidak hanya sampai di situ pemanfaatan *Mobile Banking* juga dapat membantu dalam menambah pengetahuan dan keterampilan guna mengelola keuangan. Selaras dengan konsep dari literasi keuangan yang merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan dalam membuat keputusan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan sangat penting bagi mahasiswa agar tidak keliru dalam membuat keputusan keuangannya.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y) yakni, Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ). Sehingga secara garis besar, hubungan antara variabel penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



## Gambar 2. Skema Penelitian

Keterangan :

- : Garis Parsial  
—————→ : Garis Simultan

### D. Hipotesis

Berdasarkan batasan masalah, kajian teori serta kerangka pikir yang telah dijelaskan, berikut adalah hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian ini.

1. Ada pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Penggunaan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
2. Ada pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Penggunaan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
3. Ada pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.
4. Ada pengaruh Perilaku Konsumtif, Persepsi Manfaat dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan BNI *Mobile Banking* pada Mahasiswa PIPS Universitas Lampung.

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *ex post facto*, yaitu pendekatan yang menjelaskan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian saling memengaruhi serta mengidentifikasi gejala-gejala yang muncul. (Ibrahim et al., 2018). *Ex post facto* ini biasanya dikenal dengan pendekatan yang meneliti hubungan sebab akibat.

Penelitian ini menggunakan penelitian survei, yang mana dilakukan dengan cara mengambil populasi dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Metode deskriptif adalah penelitian yang fokus pada variabel independen tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain (Bakar, 2021). Sedangkan metode verifikatif adalah penelitian yang dilakukan pada populasi atau sampel untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut, metode deskriptif-verifikatif bertujuan untuk menggambarkan kebenaran fakta dan menjelaskan hubungan antar variabel dengan cara mengumpulkan, mengolah, menganalisis, serta menginterpretasi data dalam rangka pengujian hipotesis statistik.

#### B. Populasi dan Sampel

Penelitian memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti untuk mendapatkan hasilnya. sebelum menentukan populasinya, harus sudah ditentukan unit sampel peneltian. Penelitian yang baik adalah memperhatikan besaran populasi dan sampelnya. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai populasi dan sampel.

## 1. Populasi

Populasi adalah sekelompok objek atau subjek dengan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian, yang digunakan oleh peneliti sebagai dasar untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, populasinya merupakan mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS) Universitas Lampung angkatan 2020 yakni : Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Geografi, PPKN dan Pendidikan Sejarah.

Tabel 6. Jumlah mahasiswa aktif Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS) Universitas Lampung angkatan 2020

No.	Jurusan	Jumlah	Pengguna BNI <i>Mobile Banking</i>
1	Pendidikan Ekonomi	76	47
2	Pendidikan Geografi	70	45
3	PPKN	75	46
4	Pendidikan Sejarah	71	49
<b>Total</b>		<b>292</b>	<b>187</b>

*Sumber: Sistem Informasi Akademik Universitas Lampung, 2022*

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mencakup sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Siyoto & Sodik, 2015). Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau mirip dengan populasi, sehingga dapat mewakili keseluruhan populasi yang diteliti. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Total Populasi

e : Tingkat Kesalahan Dalam Pengambilan Sampel (0,05 atau 5%)

Berdasarkan pada rumus slovin diatas, dapat dituliskan perhitungan jumlah sampel seperti berikut.

$$n = \frac{187}{1 + 187 (0,05)^2}$$

$$n = 127,428 \text{ atau dibulatkan menjadi } 127$$

Jadi pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 127 orang mahasiswa aktif angkatan 2020 Jurusan PIPS Universitas Lampung pengguna BNI *Mobile Banking*

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen dalam populasi untuk terpilih sebagai bagian dari sampel (Sugiyono, 2013). Sementara itu, *simple random sampling* adalah metode pemilihan sampel secara acak. (Siyoto & Sodik, 2015). Berikut adalah perhitungan teknik pengambilan sampel yang digunakan :

$$\text{Jumlah sampel} = \frac{\text{Jumlah Angkatan per jurusan}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Tabel 7. Perhitungan jumlah sampel mahasiswa aktif Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Lampung Angkatan 2020

No.	Jurusan	Populasi	Jumlah Sampel
1.	Pendidikan Ekonomi	$\frac{47}{187} \times 127 = 31,9$	32
2.	Pendidikan Geografi	$\frac{45}{187} \times 127 = 30,5$	31
3.	PPKN	$\frac{46}{187} \times 127 = 31,2$	31
4.	Pendidikan Sejarah	$\frac{49}{187} \times 127 = 33,2$	33
Total Responden			127

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

#### D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut objek yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis dan disimpulkan (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu sebagai berikut.

##### 1. Variabel Bebas

Variabel bebas juga dikenal sebagai variabel independen atau variabel tidak terikat, merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah Perilaku Konsumtif ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ).

##### 2. Variabel Terikat

Variabel terikat sering disebut juga sebagai variabel dependen, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* ( $Y$ ).

#### E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual memberikan penjelasan mengenai setiap variabel dalam bentuk kata-kata. Tujuan dari definisi konseptual ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam meneliti variabel-variabel yang ada. Berikut adalah definisi konseptual dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

##### 1. Perilaku Konsumtif ( $X_1$ )

Perilaku Konsumtif adalah perilaku maupun gaya hidup seorang yang senang menghamburkan uang secara berlebihan dengan mengutamakan faktor keinginan daripada dengan faktor kebutuhan.

##### 2. Persepsi Manfaat ( $X_2$ )

Persepsi manfaat merupakan pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan suatu teknologi dapat berguna untuk melakukan pekerjaan dalam kesehariannya, hal itu juga dijadikan suatu tolak ukur dimana suatu teknologi dapat mendatangkan manfaat bagi orang tersebut.

### 3. Literasi Keuangan ( $X_3$ )

Literasi keuangan adalah keterampilan yang perlu dikuasai setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup melalui pemahaman dalam merencanakan dan mengalokasikan sumber daya keuangan secara tepat dan efisien.

### 4. Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y)

BNI *Mobile Banking* adalah layanan perbankan yang disediakan oleh BNI untuk memudahkan nasabah dalam berbagai transaksi, serta meningkatkan keefektifan dan efisiensi aktivitas perbankan. Keputusan untuk menggunakan BNI *Mobile Banking* adalah pilihan individu untuk memanfaatkan layanan BNI *Mobile Banking*.

## F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional memberikan penjelasan mengenai variabel-variabel penelitian agar dapat diukur secara spesifik, sehingga memudahkan proses pengukuran oleh peneliti. Berikut ini adalah definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel 8. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> (Y)	Keputusan menggunakan BNI <i>Mobile Banking</i> adalah keputusan yang diambil seseorang untuk menggunakan layanan BNI <i>Mobile Banking</i> .	1. Mengenali kebutuhan, prioritas menggunakan pada produk tertentu, 2. Mencari informasi, 3. Mengevaluasi alternatif lain, 4. Keputusan menggunakan, 5. Evaluasi pasca pengambilan keputusan. (Pratiwi, 2018)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>
2	Perilaku Konsumtif ( $X_1$ )	Perilaku konsumtif adalah	1. Mengutamakan membeli barang keinginan daripada	Interval dengan pendekatan

		kecenderungan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebihan	kebutuhan 2. Membeli barang secara berlebihan 3. Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik 4. Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup 5. Membeli barang untuk menaikkan status kelas sosial 6. Membeli karena diskon atau bonus	<i>sematic differensial</i>
3	Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	Persepsi manfaat adalah suatu tolak ukur dimana suatu teknologi dapat mendatangkan manfaat bagi orang tersebut.	1. Menjadi lebih mudah ( <i>makes job easir</i> ) 2. Menambah produktivitas ( <i>Increase Productivity</i> ) 3. Mempertinggi efektifitas ( <i>Enhance Effectivitiness</i> ) 4. Meningkatkan kinerja	Interval dengan pendekatan <i>sematic differensial</i>
			Rukma Ningrum (2020)	
4	Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> )	Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan	1. Pengetahuan keuangan dasar ( <i>basic financial knowledge</i> ) 2. Simpanan dan pinjaman (saving and borrowing)	Interval dengan pendekatan <i>sematic differensial</i>
			Aryo Prakoso (2020)	

## G. Teknik Pengumpulan Data

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan pada penelitian ini.

### 1. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pernyataan atau pertanyaan kepada responden (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, kuesioner yang akan diberikan menggunakan jenis kuesioner tertutup, di mana pilihan jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya perlu memilih dari jawaban yang tersedia tanpa memberikan tanggapan tambahan. Kuesioner ini akan disebarluaskan secara online melalui *Google Form*. Peneliti menggunakan skala *semantik diferensial* sebagai opsi jawaban untuk pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden.

Tabel 9. Skor Skala *Semantic Differensial*

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Kurang Setuju	3
4	Cukup Setuju	4
5	Setuju	5
6	Sangat Setuju	6

Sumber: (Priadana & Sunarsi, 2021)

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan bukti atau data seperti gambar atau dalam bentuk data informasi secara tertulis maupun dalam bentuk video yang dikumpulkan dari proses penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini berupa gambar berupa tangkapan layar maupun foto.

## H. Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur dalam penelitian dan membantu peneliti dalam menganalisis data pada tahap selanjutnya. Instrumen penelitian dianggap baik dan dapat dipercaya jika terbukti valid dan reliabel. Oleh karena itu, dilakukan uji validitas dan uji

reliabilitas sebagai berikut.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana instrumen dapat mengukur objek yang dimaksud. Semakin tinggi tingkat validitasnya, semakin baik kualitas instrumen tersebut. Dalam penelitian ini, rumus *korelasi product moment* atau *korelasi person* digunakan untuk uji validitas. Rumusnya sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variabel  
 X dan YN : Jumlah responden  
 $\sum XY$  : Total perkalian skor item dan total  
 $\sum X$  : Jumlah skor butir pertanyaan  
 $\sum Y$  : Jumlah skor total  
 $\sum X^2$  : Jumlah kuadrat skor pertanyaan  
 $\sum Y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

Kriteria yang digunakan untuk pengujian adalah jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ , maka angket tersebut dianggap valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka angket dianggap tidak valid.

Berikut adalah hasil uji validitas instrument pada setiap variabel penelitian yang telah dilakukan pada 30 orang responden.

#### a. Perilaku Konsumtif (X1)

Berdasarkan kriteria tersebut, hasil uji validitas pada variabel perilaku konsumtif dari 14 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan valid dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berikut adalah hasil rekapitulasi uji validitas instrumen variabel perilaku konsumtif (X1).

Tabel 10. Uji Validitas Perilaku Konsumtif (X<sub>1</sub>)

Item	rhitung	Kondisi	rtabel	Simpulan
Butir 1	0,699	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 2	0,626	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 3	0,419	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 4	0,699	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 5	0,528	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 6	0,570	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 7	0,722	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 8	0,475	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 9	0,576	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 10	0,423	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 11	0,722	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 12	0,528	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 13	0,485	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 14	0,396	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

#### b. Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>)

Hasil pengujian validitas kuisioner variabel persepsi manfaat dengan jumlah 11 item pertanyaan dinyatakan valid pada setiap pertanyaannya. Berikut adalah hasil rekapitulasi uji validitas persepsi manfaat (X<sub>2</sub>).

Tabel 11. Uji Validitas Persepsi Manfaat (X<sub>2</sub>)

Item	Rhitung	Kondisi	rtabel	Simpulan
Butir 1	0,378	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 2	0,597	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 3	0,517	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 4	0,659	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 5	0,454	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 6	0,529	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 7	0,597	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 8	0,517	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 9	0,379	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 10	0,570	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 11	0,454	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

**c. Literasi Keuangan (X3)**

Berdasarkan kriteria pengujian, hasil validitas pada variabel literasi keuangan dari 7 item pertanyaan menunjukkan bahwa seluruhnya dinyatakan valid. Berikut ini merupakan hasil rekapitulasi uji validitas literasi keuangan (X3).

Tabel 12. Uji Validitas Literasi Keuangan (X3)

<b>Item</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Kondisi</b>	<b>rtabel</b>	<b>Simpulan</b>
Butir 1	0,629	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 2	0,430	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 3	0,631	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 4	0,591	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 5	0,629	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 6	0,604	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 7	0,631	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024*

**d. Keputusan Menggunakan BNI Mobile Banking (Y)**

Berdasarkan dengan kriteria pengujian, hasil pengujian validitas variabel keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking*, dapat dilihat dari 12 item pernyataan tidak semua pernyataan valid, Sebanyak 10 pernyataan dinyatakan valid, sedangkan 2 item lainnya tidak valid dengan nilai rhitung < rtabel. Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas instrument keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* (X3).

Tabel 13. Uji Validitas Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y)

<b>Item</b>	<b>rhitung</b>	<b>Kondisi</b>	<b>rtabel</b>	<b>Simpulan</b>
Butir 1	0,484	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 2	0,504	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 3	0,608	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 4	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 5	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid

Butir 6	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 7	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 8	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 9	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid
Butir 10	0,594	$r_{hitung} > r_{tabel}$	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen jika diberikan kembali pada waktu yang berbeda. Penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus *Alfa-Cronbach*

$$r = \left[ \frac{k}{(k - 1)} \right] \left[ 1 - \frac{\Sigma \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

$r$  = Reliabilitas instrument

$\sigma t^2$  = Varians total

$k$  = Banyak butir pertanyaan atau bank soal

$\Sigma \sigma b^2$  = Jumlah variant butir

Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$  maka instrumen dianggap reliabel.

Interpretasi nilai korelasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 14. Daftar Interpretasi Koefisien r

No.	Koefisien r	Reliabilitas
1	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
2	0,6000 – 0,7999	Tinggi
3	0,4000 – 0,5999	Sedang
4	0,2000 – 0,3999	Rendah
5	0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Rusman, 2015)

Berikut adalah hasil dari analisis uji reliabilitas instrument penelitian pada setiap variabel terhadap 30 responden.

**a. Perilaku Konsumtif (X1)**

Reliabilitas instrumen variabel perilaku konsumtif (X1) diuji dengan menggunakan *Alpha Cronbach*, pada sampel uji coba 30 responden, dengan perhitungan berdasarkan 14 item pertanyaan yang telah dinyatakan valid, menghasilkan nilai sebagai berikut.

Tabel 15. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (X1)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.639	12

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat dilihat bahwa nilai *r Alpha* sebesar 0,639, sehingga disimpulkan bahwa instrumen variabel perilaku konsumtif (X1) memiliki nilai reliabilitas tinggi.

**b. Persepsi Manfaat (X2)**

Uji reliabilitas pada instrumen variabel persepsi manfaat (X2) dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach*, menggunakan total sampel uji coba sebanyak 30 responden dan berdasarkan 11 item pertanyaan yang valid. Hasilnya adalah sebagai berikut.

Tabel 16. Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat (X2)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.824	14

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024*

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tersebut, diperoleh nilai *r Alpha* sebesar 0,824, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel persepsi manfaat (X2) memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

**c. Literasi Keuangan (X3)**

Uji reliabilitas pada instrumen variabel literasi keuangan (X3) juga diukur dengan *Alpha Cronbach*, dengan jumlah sampel uji coba sebanyak 30 responden dan dihitung berdasarkan 7 item pertanyaan yang valid. Hasilnya sebagai berikut.

Tabel 17. Uji Reliailitas Literasi Keuangan (X3)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.717	11

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024*

Berdasarkan uji reliabilitas ini, nilai Alpha yang diperoleh adalah 0,717, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel literasi keuangan (X3) memiliki reliabilitas tinggi.

**d. Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y)**

Uji reliabilitas pada instrument variabel keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y) diukur dengan menggunakan *Alpha Cronbach*, dengan jumlah sampel uji coba sebanyak 30 responden, berdasarkan 10 item pertanyaan valid. Hasilnya sebagai berikut.

Tabel 18. Uji Reliabilitas Keputusan Menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y)

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.692	7

*Sumber : Hasil Pengolahan Data 2024*

Berdasarkan uji reliabilitas ini, nilai r Alpha yang diperoleh adalah 0,692, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* (Y) memiliki reliabilitas yang tinggi.

## I. Uji Persyaratan Analisis Data

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data yang diperoleh mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, analisis dapat dilanjutkan dengan menggunakan statistik parametrik. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov Test*. Karena menggunakan analisis statistik parametrik, diperlukan nilai signifikansi two-tailed dengan ketentuan tertentu sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikansi *two tailed* lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$ , maka data menunjukkan distribusi normal dan regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika nilai signifikansi *two tailed* lebih kecil daripada nilai  $\alpha = 0,05$ , maka data menunjukkan distribusi normal dan regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk memastikan bahwa data berasal dari populasi dengan variansi yang seragam. Uji homogenitas merupakan pengujian yang wajib untuk dilakukan, pada analisis statistik parametrik. Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam uji homogenitas adalah dengan menggunakan uji Bartlett. Uji Bartlett adalah uji yang didasarkan pada varians dari data berukuran besar untuk menguji kesetaraan varians di antara sampel-sampel yang ada. Langkah langkah melakukan uji Bartlett dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Menghitung varians gabungan dari semua kelompok sampel:

$$s^2 = \frac{\sum(n_i - 1)s_i^2}{\sum(n_i - 1)}$$

- b. Menghitung harga satuan Bartlett (B):

$$B = (\log s^2) \sum(n_i - 1)$$

- c. Menghitung nilai *Chi Kuadrat*:

$$X^2 = (\ln 10) (B - \sum db. \log s_i^2)$$

**Rumusan Hipotesis:**

$H_0$  : Varians populasi adalah homogen

$H_1$  : Varians populasi adalah tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika  $(X^2 \text{ hitung}) > (X^2 \text{ tabel})$ , maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_1$  diterima, sehingga dapat disimpulkan data tidak homogen atau data heterogen
- b. Jika  $(X^2 \text{ hitung}) < (X^2 \text{ tabel})$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan data homogen.

**Rumusan Hipotesis:**

$H_0$  : Varians populasi adalah homogen

$H_1$  : Varians populasi adalah tidak homogen

**J. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik sangat penting untuk memastikan terpenuhinya *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Model regresi linear berganda dianggap optimal jika memenuhi kriteria BLUE (Nihayah, 2019). Berikut adalah uji asumsi klasik yang akan dilakukan dalam penelitian ini.

**1. Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bersifat linear atau tidak. Pada uji linearitas ini, akan digunakan metode tabel anova.

Rumusan hipotesis uji linearitas:

$H_0$  : Model regresi berbentuk linier

$H_1$  : Model regresi berbentuk non linier

Kriteria pengambilan keputusan :

- a. Jika nilai *sig. deviation from linearity*  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel
- b. Jika nilai *sig. deviation from linearity*  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Dalam analisis regresi diharapkan tidak adanya gejala multikolinearitas diantara variabel bebas. Penelitian ini menggunakan metode TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan kriteria tertentu: jika nilai *Tolerance* dan  $VIF \leq 10$  maka model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala Multikolinearitas (Suliyanto; 2011 : 90).

## 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar data observasi. Adanya autokorelasi dapat menyebabkan estimasi memiliki variansi yang tidak minimal. Dalam penelitian ini, metode *Durbin Watson* akan digunakan untuk uji autokorelasi.

$$DW = \frac{\sum (-e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

Rumusan hipotesis dalam uji autokorelasi :

$H_0$  : Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

$H_1$  : Terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji Durbin-Watson adalah ketika nilai statistik *Durbin-Watson* berada antara nilai dU dan (4 - dU), dengan k = jumlah variabel bebas dan n = jumlah sampel, maka asumsi tidak adanya autokorelasi diterima.

Tabel 19. Kriteria Pengujian Autokorelasi Metode *Durbin-Watson*

Letak Nilai DW	Kesimpulan
dU sampai dengan 4 - dU	Tidak ada autokorelasi
< dL	Ada autokorelasi positif
dL - dU	Tidak dapat disimpulkan
> 4 - dL	Ada autokorelasi negatif
4 - dU dan 4 - dL	Tidak dapat disimpulkan

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah varians residual bersifat homogen di semua pengamatan atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas akan dilakukan dengan memakai metode *Rank Spearman*.

Rumusan hipotesis dalam uji heteroskedastisitas

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya atau regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas

$H_1$  : Terdapat hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya, atau regresi mengandung gejala heteroskedastisitas

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi (*1-tailed*)  $> \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala heteroskedastisitas pada data pengamatan yang berarti  $H_0$  diterima, dan sebaliknya  $H_0$  ditolak atau  $H_0$  diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan  $dk = n-2$  dan  $\alpha$  tertentu.

#### K. Pengujian Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban teoritis atas rumusan masalah dalam penelitian, yang masih berupa dugaan dan belum diuji secara empiris (Sugiyono, 2013). Pengujian hipotesis statistik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengujian signifikan atau tidak.

##### 1. Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Hipotesis diuji menggunakan statistik  $t$  yang berhubungan dengan regresi linear. Persamaan umum yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Bilangan Koefisien

b = Angka arah atau koefisien regresi

X = Variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

## 2. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Formulasi umum yang digunakan dalam uji ini adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Nilai yang diprediksi untuk variabel

a = Nilai konstanta Y jika X = 0

b = Koefisien arah regresi

iX = Variabel bebas

Selanjutnya, dilakukan uji F, yaitu pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan untuk melihat pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat sehingga bisa disimpulkan bahwa uji simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (X) berpengaruh secara Bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dengan  $\alpha = 0,05$ , dk penyebut = n-k-1, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dan begitupun sebaliknya.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Semakin konsumtif perilaku mahasiswa, semakin tinggi keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa.
2. Terdapat pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Semakin tinggi persepsi akan manfaat dalam menggunakan *BNI Mobile Banking*, semakin tinggi pula keputusan mahasiswa untuk *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa.
3. Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih sering memutuskan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa.
4. Terdapat pengaruh perilaku konsumtif, persepsi manfaat, dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap keputusan untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa Jurusan PIPS FKIP Universitas Lampung. Peningkatan ketiga faktor ini secara bersamaan dapat meningkatkan keputusan mahasiswa untuk menggunakan *BNI Mobile Banking* pada mahasiswa.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penulis menyampaikan saran sebagai berikut :

1. Mahasiswa dapat membatasi penggunaan BNI *Mobile Banking* dalam melakukan pembelian yang benar-benar diperlukan. Jika tanpa perencanaan atau pertimbangan yang matang maka hindari penggunaan transaksi BNI *Mobile Banking* yang berlebihan.
2. Sebelum memutuskan menggunakan *Mobile Banking*, mahasiswa dapat lebih memperhatikan manfaat yang akan didapatkan sehingga keputusan menggunakan BNI *Mobile Banking* dapat meningkatkan performa kinerja dan menambah produktifitas.
3. Mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan yang baik berbasis kebutuhan, sehingga mahasiswa dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta bisa menggunakan BNI *Mobile Banking* dengan bijak.
4. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengeksplere variabel lain dan juga indikator-indikator serta populasi yang lebih luas dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih aktual tentang masalah yang diteliti.
5. Bagi pihak Bank BNI dapat mempertahankan dan meningkatkan fungsi dan manfaat serta mengurangi resiko yang ada pada BNI *mobile banking*. Mengingat pengaruh dari persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan BNI *mobile banking* yang cukup besar pada mahasiswa dan masyarakat luas.

# **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, L. M. M. 2021. Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan aplikasi BRImo pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Kota Madiun (Widya Mandala Surabaya Catholic University).
- Akhya, R. A., & Sisilia, K. 2023. Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pembayaran Digital Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3944-3954.
- Chandra, H., & Simanjorang, E. F. S. 2016. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Pt. Bank Mestika Rantauprapat. *ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 78-92.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. 2018. Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Fahmi, A. M. 2017. Pengaruh pengetahuan produk, pemakaian dan pembelian terhadap proses pengambilan keputusan konsumen menjadi nasabah bank bni syariah (Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Fatuh, M., & Widyastuti, W. 2017. Pengaruh Promosi Penjualan, Perceived Ease of Use dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Online (Studi pada Pengguna Uber di Surabaya Pusat). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(4).
- Fitri, J. N. 2021. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudaha, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Dana. Id Pada Mahasiswa FKIP Universitas Lampung.
- Febianti, Y. N. 2023. Pengaruh Kepemilikan Aplikasi Mobile Banking dan Kondisi Ekonomi Orang Tuan Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FKIP UGJ Cirebon. *Educonomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 11(1), 82-90.

- Hasanah, W., Nurdin, N., & Rahmawati, R. 2019. Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas, dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 345790.
- Jutisa, D. D., Widodo, J., & Wahyuni, S. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Bimbingan Belajar Primagama. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, 12(2), 214-220.
- Kusumatriawan, A. J. A. 2021. Peengaruh Social Media Marketing (SMM) Terhadap Kinerja Bisnis Selama Pandemi Covid 19 Di Surakarta (Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Keuangan, O. J. 2017. Salinan surat edaran Otoritas Jasa Keuangan nomor 30/SEOJK. 07/2017. OJK. go. id. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/surat-edaran-ojk/Documents/SAL SEOJK>.
- Kennedy, P. S. J., & Harefa, A. A. 2018. The Financial Technology, Regulation And Banking Adaptation In Indonesia. *Fundamental Management Journal*, 3(1), 1-11.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. 2023. Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13(1), 1-7.
- Mandiri, A., & Metekohy, E. 2021. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 8(1).
- Maulidiyah, S. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya (STIE Perbanas Surabaya).
- ML Kristanti, R Pambudi. 2019. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Tingkat Keamanan dan Fitur Layanan, Terhadap Penggunaan Mobile Banking pada Mahasiswa di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi*. 11(1). 50-67.
- Mujahidah, A. N. 2022. Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar).

- Mukaromah, N. 2020. Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, resiko dan fitur layanan dalam menggunakan mobile banking pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Maulidiyah, S. 2017. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya (STIE Perbanas Surabaya).
- Ningrum, R. 2020. Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di bank mega syariah cabang palu (IAIN Palu).
- Nizam, W. 2023. Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Internet Banking dan Mobile Banking Mahasiswa FEBI UIN SU dalam Belanja Online (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. 2022. *Analisis minat menggunakan mobile banking*. AKUNTABEL, 19(1), 91-100.
- Novitasari, R., & Supriyanto, S. 2020. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Penggunaan Ovo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 17(1), 34-45.
- Oktapiani, Y. 2020. Analisis Minat Penggunaan Aplikasi Brimo Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Universitas Dinamika Bangsa)
- Pambudi, B. S. 2014. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Pangestu, M. W. A. 2024. Pengaruh Persepsi Keamanan, Perilaku Konsumtif, dan Literasi Keuangan terhadap Penggunaan E-Money pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi (UPN Veteran Jawa Timur).
- Panjaitan, L. O. 2023. Pengaruh Perkembangan APMK, Uang Elektronik, dan Mobile Banking Terhadap Pertumbuhan Uang Kartal Di Indonesia.

- Pradini, K. T., & Susanti, S. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859.
- Purba, J. 2022. Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED (Universitas Negeri Medan).
- Putri, M. T., Hatta, A. J., & Indraswono, C. 2023. Analisis Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Qris Sebagai Alat Pembayaran Digital Pada Mahasiswa di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(3), 215-228.
- Putri, R. D., & Hestiningtyas, W. 2023. Penguatan Potensi Pendidikan Ekonomi di Sekolah Menengah dalam Menumbuhkan Literasi Finansial Peserta Didik di Provinsi Lampung. *Nuwo Abdimas*, 2(2), 132-138.
- Rahmah Dianti Putri, R., Rahmawati, R., & Pujiati, P. 2022. Analisis Pergeseran Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Masa Covid-19. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 200-206.
- Rusman, T. 2015. *Statistika Penelitian: Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rusman, T. 2019. *Statistika Parametrik*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sandy, T. 2021. Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Febby Fashion Cimahi. Universitas Komputer Indonesia.
- Sari, D. L., Pujiati, P., & Rahmah Dianti Putri, R. 2020. Literasi Keuangan Mahasiswa Ditinjau dari Gender, Teman Sebaya, dan Pembelajaran Kewirausahaan. *Economic Education And Entrepreneurship Journal* (2020) 3 (1): 1-9 p-ISSN: 2579-5902 e-ISSN: 2775-2607, 3(1), 1-9.
- Styarini, F., & Riptiono, S. 2020. Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670-680.

- Syifa, Lailatu. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. UIN Syarif Hidayatullah: Jakarta.
- Thio, J. C., & Yusniar, M. W. 2021. Pengaruh Mobile Banking, Size Perusahaan, Risiko Kredit Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan Indonesia: Studi Kasus pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 353-364.
- Tirtana, I., & Permata Sari, S. 2014. Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*.
- Tumsifu, E., Dev, J., & Gekombe, C. 2020. Small and Medium Enterprises and Social Media Usage: Fashion Industry Perspective. *University of Dar es Salaam Library Journal*, 15(1), 101-124.
- Wahyuni, R. C., & Waloejo, H. D. 2020. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan terhadap keputusan penggunaan jasa PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 349-356.
- Yuhelmi, Y., Trianita, M., Kamela, I., & Rosha, Z. 2022. Peran Literasi Keuangan Dalam Meningkatkan Minat Penggunaan *Mobile Banking*. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(1), 20-25.
- Yulianingsih, T., Sawitri, N. N., & Fikri, A. W. N. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Majelis Taklim Nurul Iman Bekasi Selatan. *EKONOMIKA*, 12(1), 374-383.
- Yuniasanti, R., & Nurwahyuni, W. A. 2023. Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk E-Commerce Pada Generasi Z. *Psychopolytan: Jurnal Psikologi*, 6(2), 60-69.
- Yushita, A. N. 2017. Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.