

## PENGARUH FINTECH TERHADAP PERILAKU KONSUMEN: STUDI PADA PENGGUNAAN E-WALLET & QRIS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR

**Romansyah Sahabuddin<sup>1</sup>, Azlan Azhari<sup>2</sup>, Riska<sup>3</sup>, Magfirah Dwi Amelia Bahar<sup>4</sup>, Nur Azizah<sup>5</sup>, Nurul Qarimah<sup>6</sup>, Kasmiasi<sup>7</sup>**  
<sup>1,2,3,4,5</sup> Universitas Negeri Makassar

Correspondence		
Email: <a href="mailto:romansyah@unm.ac.id">romansyah@unm.ac.id</a> <sup>1</sup> , <a href="mailto:azlanazhari77@gmail.com">azlanazhari77@gmail.com</a> <sup>2</sup> , <a href="mailto:r.riska2502@gmail.com">r.riska2502@gmail.com</a> <sup>3</sup> , <a href="mailto:Magfirahdwiamelia@gmail.com">Magfirahdwiamelia@gmail.com</a> <sup>4</sup> , <a href="mailto:nurazizaicha124@gmail.com">nurazizaicha124@gmail.com</a> <sup>5</sup> , <a href="mailto:nurulqarimah5@gmail.com">nurulqarimah5@gmail.com</a> <sup>6</sup> , <a href="mailto:kasksmhy@gmail.com">kasksmhy@gmail.com</a> <sup>7</sup>	No. Telp:	
Submitted 8 Mei 2025	Accepted 14 Mei 2025	Published 15 Mei 2025

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of financial technology (fintech) on consumer behavior with the use of e-wallet and QRIS as intervening variables. This study uses a quantitative approach with path analysis techniques to test the mediating role of e-wallet and QRIS in the relationship between fintech use and consumer behavior. Data were collected by distributing questionnaires to students who are active users of fintech services, using purposive sampling techniques. The results of the study indicate that fintech has a significant influence on consumer behavior, both directly and indirectly through e-wallet and QRIS as intervening variables. This finding indicates that the ease and practicality of digital transactions through e-wallet and QRIS strengthen the impact of fintech in shaping the consumer behavior of the younger generation.*

**Keywords:** Fintech, E-Wallet, QRIS, Consumer Behavior, Intervening Variables

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi finansial (fintech) terhadap perilaku konsumen dengan penggunaan e-wallet dan QRIS sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis jalur (path analysis) untuk menguji peran mediasi dari e-wallet dan QRIS dalam hubungan antara penggunaan fintech dan perilaku konsumen. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa pengguna aktif layanan fintech, dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fintech berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui e-wallet dan QRIS sebagai variabel intervening. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan dan kepraktisan transaksi digital melalui e-wallet dan QRIS memperkuat dampak fintech dalam membentuk perilaku konsumtif generasi muda.*

**Kata Kunci:** Fintech, E-Wallet, QRIS, Perilaku Konsumen, Variabel Intervening

## PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman dan teknologi, perekonomian di Indonesia mulai mengalami perkembangan dalam sektor keuangan. Sektor keuangan atau finansial ini mempunyai peran yang sangat penting di kehidupan masyarakat guna menunjang kebutuhan sebagai salah satu upaya untuk memajukan perekonomian di Indonesia. Di dalam sektor keuangan dibutuhkan inovasi-inovasi yang mampu mengubah tatanan perekonomian masyarakat dan perekonomian di pemerintahan yang nantinya akan digunakan sebagai fondasi bagi bank sentral dalam membawa

perubahan bagi para konsumen jasa keuangan. Sehingga istilah inovasi pada sektor keuangan ini yang dikenal di masyarakat umum sebagai Financial Technology (Fintech).

Di Indonesia, fintech sudah berkembang dengan baik dan pesat di tengah masyarakat yang serba digital ini, sehingga adanya fintech diharapkan dapat mempermudah masyarakat Indonesia dalam proses transaksi keuangan, seperti transfer, pembayaran, jual beli saham, peminjaman uang, dan lain-lain. Inovasi keuangan selain diciptakan untuk mempermudah segala jenis kegiatan yang berhubungan dengan keuangan, adanya inovasi keuangan ini dipercaya dapat menurunkan kestabilan pada perputaran uang melalui terciptanya alat pembayaran baru yang berbasis digital atau non tunai.

Pengaruh dari adanya inovasi keuangan cukup penting terhadap kebijakan moneter. Semakin maju inovasi pada lembaga keuangan digital ini diduga akan mempercepat laju perputaran keuangan di masyarakat. Hal ini membuat bank sentral membatasi kemampuan dalam mengendalikan jumlah uang yang beredar.

Diluar otoritas moneter, adanya perkembangan inovasi-inovasi pada sektor keuangan atau pada lembaga teknologi keuangan (fintech) membuat uang akan mudah untuk beredar sehingga akan menciptakan jumlah uang yang semakin banyak di luar kendali otoritas moneter. Hal ini dapat mengakibatkan terganggunya kestabilan dan persamaan permintaan uang di masyarakat.

Sehingga, pengaruh dari banyaknya inovasi pembayaran salah satunya inovasi-inovasi dari lembaga teknologi keuangan atau fintech yang ternyata dapat menurunkan kestabilan perputaran uang di Indonesia yang berimplikasi terhadap kebijakan moneter secara langsung membuat topik ini cukup menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Perputaran uang di masyarakat sangat penting untuk diperhatikan dan perlu pemahaman yang cukup mendalam yang berkaitan dengan penetapan kebijakan moneter yang kredibel karena dalam kaitannya untuk menentukan jumlah uang yang beredar juga harus mengetahui kecepatan perputaran uang dalam perekonomian di masyarakat.

Efektivitas kebijakan moneter dapat dilihat melalui seberapa besar perputaran uang dan faktor-faktor penentu yang mendorong stabilitas di sektor keuangan dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, hipotesis terhadap inovasi-inovasi yang berkembang terkait sektor keuangan melalui lembaga teknologi keuangan di Indonesia yang memungkinkan adanya perubahan di masa depan, sangat memerlukan kendali yang lebih signifikan dan kebijakan yang tepat dari pihak bank sentral selaku yang menjalankan kebijakan moneter, supaya kedepannya dapat memberikan dampak yang positif dan dapat mengantisipasi terkait apa saja yang dapat ditimbulkan oleh perkembangan inovasi pembayaran di sektor keuangan atau moneter.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi finansial (financial technology atau fintech) telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terutama di Indonesia. Salah satu inovasi fintech yang paling menonjol dan semakin populer di kalangan masyarakat adalah penggunaan dompet digital (e-wallet) dan sistem pembayaran berbasis kode QR (QRIS – Quick Response Code Indonesian Standard). Transformasi digital dalam sektor keuangan ini tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mengubah cara konsumen dalam melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari.

Fenomena ini semakin terlihat sejak pandemi COVID-19, di mana masyarakat dituntut untuk meminimalisir kontak fisik. Dalam situasi ini, e-wallet dan QRIS menjadi alternatif pembayaran yang aman, cepat, dan praktis. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, volume dan nilai transaksi QRIS terus meningkat dari tahun ke tahun, begitu pula dengan jumlah pengguna e-wallet yang terus bertambah secara signifikan. Kondisi ini menunjukkan adanya pergeseran perilaku konsumen dari pembayaran konvensional ke sistem digital.

Meskipun adopsi teknologi ini menunjukkan tren positif, tidak semua konsumen merespons dengan cara yang sama. Beberapa masih ragu menggunakan e-wallet atau QRIS karena alasan keamanan, kurangnya pemahaman, atau kebiasaan lama yang sulit ditinggalkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana sebenarnya teknologi finansial ini memengaruhi perilaku konsumen, baik dalam hal preferensi, keputusan pembelian, maupun kepuasan terhadap proses transaksi.

Pemilihan topik ini menjadi relevan karena teknologi finansial merupakan salah satu pilar utama dalam mendukung inklusi keuangan di Indonesia. Selain itu, pemahaman yang lebih dalam mengenai pengaruh fintech terhadap perilaku konsumen dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha, pengembang aplikasi keuangan, maupun regulator dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dan inklusif.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana penggunaan e-wallet dan QRIS sebagai bagian dari teknologi finansial memengaruhi perilaku konsumen, serta faktor-faktor apa saja yang menjadi pendorong atau penghambat dalam penggunaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi dari sektor keuangan dan implikasinya terhadap kebijakan moneter dengan mengambil studi kasus pada lembaga teknologi keuangan atau Financial Technology (Fintech).

Berdasarkan data OJK dan BPS (2024), indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43%. Literasi keuangan pada kelompok umur 18-25 tahun sebesar 70,19%. Hasil survei literasi keuangan berdasarkan pekerjaan/kegiatan sehari-hari pada pelajar/mahasiswa sebesar 56,42%. Hasil ini menunjukkan bahwa hampir separuh kelompok mahasiswa belum memahami literasi keuangan. Bagi mahasiswa, literasi keuangan merupakan alat penting untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa yang memahami pentingnya literasi keuangan akan lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta membuat keputusan yang lebih bijaksana terkait pengeluaran mereka (Pratama & Abidin, 2022).

Perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, tetapi juga oleh faktor-faktor sosial, psikologis, dan teknologi yang berkembang pesat. Di era digital, salah satu perubahan signifikan yang memengaruhi perilaku konsumsi adalah munculnya teknologi dompet digital atau e-wallet (Oktary dan Wardhani, 2023). Peningkatan penggunaan e-wallet terbukti pada hasil survei yang dilakukan oleh Reynaldy (2024) yaitu sebesar 96% masyarakat Indonesia sudah menggunakan e-wallet. Hasil survei yang dilakukan Populix dalam Lintang (2024) menunjukkan bahwa Gopay (88%), Dana (83%) dan OVO (79%) merupakan fitur e-wallet yang paling banyak digunakan. Jenis transaksi e-wallet yang paling sering digunakan yaitu untuk melakukan pembelian di e-commerce sebesar 85%.

Intensi pembelian adalah kecenderungan atau niat konsumen untuk membeli produk atau layanan tertentu dalam periode waktu mendatang. Konsep ini menjadi fokus utama dalam pemasaran karena dapat memprediksi perilaku pembelian aktual konsumen. Berbagai faktor mempengaruhi intensi pembelian, termasuk sikap terhadap produk, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan, sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (2019). Dalam sebuah penelitian terbaru oleh (Minat et al., 2024), kualitas produk dan harga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi pembelian. Penggunaan media sosial sebagai platform periklanan juga mempengaruhi intensi pembelian. (Christian & Indriyarti, 2023). Sari dan Suryani (2023) menemukan bahwa kredibilitas influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek, yang kemudian mempengaruhi

niat beli produk fashion di kalangan pengguna Instagram di Jakarta, elemen sosial juga memainkan peran penting dalam membentuk intensi pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Hanifah & Susanti, 2023) menunjukkan bahwa interaksi sosial melalui platform media sosial memengaruhi keputusan pembelian.

Penggunaan e-wallet sebagai inovasi teknologi keuangan mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa berkat kemudahan akses yang diberikan. Selain itu, intensi pembelian mencerminkan niat beli mahasiswa pada produk atau layanan yang dipengaruhi oleh preferensi, promosi, ataupun pengaruh sosial. Sedangkan, literasi keuangan memiliki peranan penting dalam membantu mahasiswa mengambil keputusan finansial yang bijaksana. Dengan mengetahui hubungan ketiga faktor ini terhadap perilaku konsumtif diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, memahami dampak e-wallet terhadap konsumsi, serta membantu penyedia layanan keuangan digital mengembangkan program edukasi yang bertanggung jawab (Pratama & Abidin, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis bagaimana literasi keuangan, penggunaan e-wallet, dan intensi pembelian memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa UNM dalam era digital yang semakin berkembang.

Berdasarkan pendahuluan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara tingkat literasi keuangan, penggunaan e-wallet, dan intensi pembelian terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Negeri Makassar.

## KAJIAN PUSTAKA

### Penggunaan E-Wallet

Sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia (2021), mengenai penyelenggaraan transaksi pembayaran dijelaskan bahwa E-Wallet disebut juga sebagai dompet elektronik, Dompet elektronik atau e-wallet adalah aplikasi atau perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengelola, dan melakukan transaksi keuangan secara digital. Menurut Setiawan dan Sunaryo (2022) dompet elektronik adalah layanan berbasis teknologi yang memungkinkan pengguna menyimpan uang dalam bentuk digital dan menggunakannya untuk berbagai tujuan transaksi seperti pembelian barang, pembayaran tagihan, dan transfer uang. Dompet elektronik dianggap sebagai metode pembayaran non-tunai yang praktis dan efisien. Pandangan senada dikemukakan oleh Fitriani (2019) yang menjelaskan bahwa dompet elektronik merupakan aplikasi yang memungkinkan transaksi keuangan dilakukan secara digital dan non-tunai.

Indikator penggunaan e-wallet merupakan alat pengukuran yang digunakan untuk menilai sejauh mana e-wallet diadopsi dan digunakan oleh individu atau kelompok dalam aktivitas keuangan. Menurut Sari et al (2021) indikator penggunaan e-wallet terdiri dari keamanan, persepsi kemudahan pengguna, manfaat yang dirasakan dan kepercayaan pengguna. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan e-wallet mencakup aspek teknis, seperti kemudahan penggunaan dan keamanan, serta aspek psikologis dan sosial, seperti kepercayaan dan pengalaman pengguna. Selain itu, manfaat ekonomi yang diberikan e-wallet, aksesibilitas teknologi, serta regulasi pemerintah juga memainkan peran penting dalam meningkatkan efektivitasnya.

### Teknologi Finansial (Fintech)

Teknologi finansial, atau financial technology, merupakan bentuk inovasi di sektor jasa keuangan yang menggabungkan teknologi dan sistem informasi untuk menyediakan layanan

keuangan yang lebih efisien, terjangkau, dan inklusif. Fintech mencakup berbagai layanan seperti pinjaman online, crowdfunding, manajemen aset digital, dan sistem pembayaran digital termasuk e-wallet dan QRIS.

Menurut Arner et al. (2019), fintech didefinisikan sebagai “a new financial industry that applies technology to improve financial activities.” Di Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggolongkan fintech ke dalam berbagai jenis layanan, seperti payment, clearing and settlement, lending, investment, dan insurtech. Pertumbuhan fintech menjadi bagian penting dalam mendukung literasi keuangan dan inklusi keuangan di Indonesia. Bank Indonesia (2023) mencatat peningkatan signifikan dalam transaksi digital, termasuk QRIS dan dompet digital. Hal ini menunjukkan bahwa fintech tidak hanya menjadi alternatif pembayaran, tetapi juga membentuk perilaku baru dalam bertransaksi, terutama di kalangan milenial dan generasi Z.

### **Penggunaan E-Wallet**

E-wallet atau dompet digital adalah aplikasi yang menyimpan data pembayaran dan informasi keuangan pengguna secara elektronik, memungkinkan transaksi tanpa uang tunai. Beberapa fitur umum meliputi penyimpanan saldo, pembayaran tagihan, pembelian barang, serta integrasi dengan toko online dan QR code.

Menurut Davis dalam Technology Acceptance Model (TAM), penerimaan pengguna terhadap e-wallet dipengaruhi oleh perceived usefulness dan perceived ease of use.

Perceived usefulness berarti pengguna merasa bahwa penggunaan e-wallet memberi manfaat nyata, seperti transaksi lebih cepat dan mudah.

Perceived ease of use merujuk pada persepsi pengguna bahwa teknologi tersebut mudah dipelajari dan digunakan.

Penelitian oleh Wibowo dan Nugroho (2021) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap sistem sangat memengaruhi niat seseorang untuk menggunakan dompet digital. Faktor keamanan, kenyamanan, dan dukungan fitur cashback atau promo juga menjadi pendorong utama.

### **Penggunaan QRIS**

Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah sistem pembayaran berbasis QR code yang distandarisasi oleh Bank Indonesia dan Asosiasi Sistem Pembayaran Indonesia (ASPI). QRIS memungkinkan semua jenis aplikasi pembayaran digital memindai satu kode yang sama, meningkatkan interoperabilitas antar penyedia jasa keuangan.

Menurut BI (2023), QRIS hadir untuk menyederhanakan sistem pembayaran nasional, mendukung inklusi keuangan, dan memperkuat ekosistem ekonomi digital. Adopsi QRIS dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti persepsi terhadap keamanan, kenyamanan, kecepatan transaksi, serta dorongan dari merchant dan pemerintah.

Penelitian oleh Marlina & Hartono (2022) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan pengalaman positif dalam menggunakan QRIS sangat memengaruhi keputusan pengguna untuk mengadopsinya sebagai metode pembayaran utama.

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi mengenai bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk dan jasa. Kotler dan Keller (2016)

menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

Dalam konteks penggunaan teknologi finansial, perilaku konsumen mencakup sikap terhadap e-wallet dan QRIS, frekuensi penggunaan, intensi untuk terus menggunakan, dan kepercayaan terhadap teknologi tersebut.

Teori yang relevan adalah Theory of Planned Behavior (TPB) dari Ajzen, yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh: (1) Attitude terhadap penggunaan teknologi, (2) Subjective norms (pengaruh sosial),

Perceived behavioral control (kemampuan atau kemudahan dalam menggunakan teknologi).

Penelitian oleh Rahayu (2021) menemukan bahwa semakin positif sikap seseorang terhadap fintech, semakin besar kemungkinan mereka untuk menggunakannya secara rutin.

### **Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi akhir yang dilakukan setelah mengonsumsi suatu produk atau layanan, yang didasarkan pada perbandingan antara harapan awal dan kinerja aktual layanan tersebut. Oliver (2016) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan hasil dari disconfirmation antara ekspektasi dan persepsi kinerja.

Dalam layanan keuangan digital, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan, kemudahan penggunaan, keamanan sistem, kenyamanan, serta kecepatan transaksi. Jika ekspektasi terpenuhi atau terlampaui, maka konsumen akan merasa puas; sebaliknya, jika layanan di bawah harapan, maka kekecewaan akan muncul.

Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dapat digunakan untuk mengukur kepuasan berdasarkan lima dimensi utama: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam konteks fintech, ini dapat diterjemahkan ke dalam desain aplikasi, kecepatan layanan, kejelasan informasi, dan dukungan teknis.

### **Penelitian Terdahulu**

Banyak penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara teknologi finansial dan perilaku konsumen. Misalnya:

Penelitian oleh Prasetyo & Wulandari (2021) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh signifikan terhadap intensi pembelian dan kenyamanan transaksi.

Santoso & Putri (2023) membuktikan bahwa persepsi kemudahan dan pengalaman menggunakan QRIS mendorong peningkatan kepuasan pelanggan.

Studi oleh Lestari (2022) menemukan bahwa perilaku konsumen menjadi variabel mediasi penting antara penggunaan teknologi keuangan dan kepuasan pelanggan.

Dengan mengacu pada temuan-temuan tersebut, penelitian ini memperkuat kerangka konseptual bahwa e-wallet dan QRIS tidak hanya memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga berdampak pada tingkat kepuasan secara langsung maupun tidak langsung.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis jalur (path analysis) untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung teknologi finansial (fintech) terhadap perilaku konsumen, dengan penggunaan e-wallet dan QRIS sebagai variabel intervening. Pendekatan ini dipilih karena dinilai sesuai untuk menjelaskan hubungan kausalitas antara variabel

independen, intervening, dan dependen secara sistematis dan terukur. Model analisis jalur tersebut diolah menggunakan perangkat lunak LISREL (Linear Structural Relationship) versi **8.50**

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Makassar (UNM) yang menggunakan layanan fintech, khususnya e-wallet dan QRIS, dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Mengingat populasi yang sangat luas, teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling, yaitu memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut antara lain adalah mahasiswa aktif, memiliki atau pernah menggunakan e-wallet dan QRIS dalam tiga bulan terakhir, serta bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak **215 responden**, yang dianggap memadai untuk mendukung proses estimasi model struktural menggunakan SEM.

### Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden secara daring dan luring. Kuesioner tersebut berisi sejumlah pernyataan yang dikembangkan dari teori-teori yang relevan, seperti Technology Acceptance Model (TAM), Theory of Planned Behavior (TPB), dan konsep perilaku konsumen. Setiap item dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari skor 1 untuk "sangat tidak setuju" hingga skor 5 untuk "sangat setuju".

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak LISREL. SEM dipilih karena dapat menguji hubungan antar variabel yang kompleks, termasuk pengaruh langsung dan tidak langsung serta peran variabel mediasi. Model yang diuji meliputi empat konstruk utama, yaitu fintech, e-wallet, QRIS, dan perilaku konsumen. Kelayakan model diuji menggunakan sejumlah indikator Goodness of Fit, antara lain Chi-Square ( $p > 0.05$ ), RMSEA ( $< 0.08$ ), GFI ( $> 0.90$ ), AGFI ( $> 0.90$ ), dan CFI ( $> 0.90$ ). SEM dipilih karena merupakan metode statistik yang mampu menguji hubungan kausal antar variabel laten secara simultan, baik pengaruh langsung maupun tidak langsung. Keunggulan SEM juga terletak pada kemampuannya menangani model yang kompleks, termasuk keberadaan satu atau lebih variabel mediasi. Dalam penelitian ini, model yang dikembangkan terdiri dari empat konstruk utama, yaitu:

1. Fintech – mencerminkan pemanfaatan teknologi keuangan secara umum dalam kehidupan konsumen;
2. E-Wallet – merepresentasikan bentuk layanan fintech yang umum digunakan;
3. QRIS – sebagai sarana pembayaran digital berbasis kode QR yang diintegrasikan secara nasional oleh Bank Indonesia;
4. Perilaku Konsumen – meliputi kebiasaan, minat, dan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan fintech, khususnya QRIS.

Kelayakan model diuji dengan beberapa indikator Goodness of Fit untuk memastikan apakah model sesuai dengan data empiris. Indikator tersebut meliputi:

Chi-Square ( $p > 0.05$ ): menilai kesesuaian antara data dan model; nilai  $p$  yang besar menunjukkan model yang baik.

RMSEA ( $< 0.08$ ): mengukur kesalahan aproksimasi; semakin kecil nilai, semakin baik.

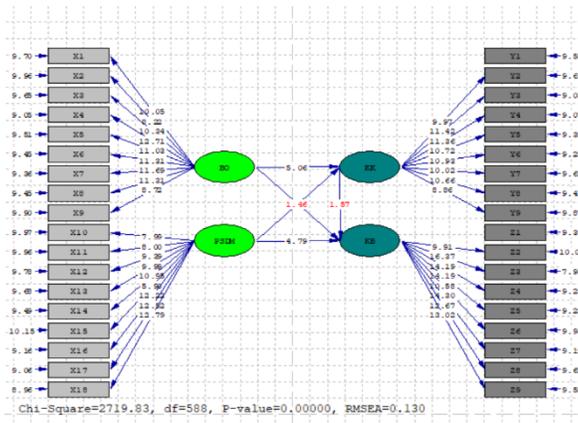
GFI dan AGFI ( $> 0.90$ ): menilai proporsi varians yang dijelaskan oleh model.

CFI (> 0.90): membandingkan model dengan model independen (tanpa hubungan antar variabel). Secara khusus, QRIS berperan penting dalam menjembatani adopsi fintech oleh masyarakat luas. Sebagai sistem pembayaran nontunai yang mudah, cepat, dan aman, QRIS menjadi indikator kuat untuk mengukur sejauh mana masyarakat mulai beralih dari transaksi konvensional ke digital. Oleh karena itu, dalam model ini, QRIS tidak hanya diposisikan sebagai bagian dari fintech, tetapi juga sebagai elemen yang memengaruhi persepsi, kepercayaan, dan keputusan konsumen dalam menggunakan layanan berbasis teknologi keuangan.

Dengan demikian, perilaku konsumen dalam konteks ini dipengaruhi oleh bagaimana mereka mengenal, percaya, dan merasa nyaman menggunakan QRIS sebagai sarana pembayaran sehari-hari. Hubungan ini ditelusuri melalui jalur langsung dari fintech ke perilaku, serta melalui jalur tidak langsung dengan QRIS sebagai mediator yang menunjukkan adopsi teknologi oleh pengguna.

## HASIL PENELITIAN

### Hasil



Gambar 1. T-Values

### 1. Evaluasi Model Struktural

Berdasarkan hasil analisis Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan LISREL, model menunjukkan hubungan antar variabel laten

Jalur Pengaruh	Nilai T-Value	Keterangan
BO-KK	5.06	Signifikan
BO-KB	1.46	Tidak Signifikan
PSDM-KK	1.57	Tidak Signifikan
PSDM-KB	4.79	Signifikan

1. BO → KK (t = 5.06, Signifikan)

Business Orientation (BO) terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen (KK). Ini menunjukkan bahwa semakin kuat orientasi bisnis fintech dalam melayani pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang ditanamkan dalam diri konsumen.

2. BO → KB (t = 1.46, Tidak Signifikan)

Meskipun BO diharapkan berdampak langsung terhadap Perilaku Konsumen (KB), namun secara statistik pengaruh tersebut tidak signifikan. Hal ini dapat terjadi jika pengaruhnya bersifat tidak langsung, misalnya melalui Kepercayaan Konsumen sebagai mediator.

3. PSDM → KK ( $t = 1.57$ , Tidak Signifikan)

Pengaruh Promosi dan Sosialisasi Digital Marketing (PSDM) terhadap kepercayaan konsumen juga tidak signifikan. Artinya, walaupun promosi dilakukan secara digital, jika tidak didukung oleh kredibilitas atau kualitas layanan, kepercayaan konsumen tidak otomatis terbentuk.

4. PSDM → KB ( $t = 4.79$ , Signifikan)

PSDM memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Artinya, kampanye pemasaran digital yang tepat dapat mendorong konsumen untuk menggunakan layanan fintech, terlepas dari apakah mereka percaya sepenuhnya atau belum.

## 2. Goodness Of Fit

indikator	nilai	Batas ideal	Keterangan
Chi-square	2719.83	-	-
Df	588	-	-
p-value	0.000	$> 0.05$	Tidak fit
RMSEA	0.130	$\leq 0.08$	Tidak fit

**Interpretasi:** Meskipun model secara keseluruhan belum fit secara sempurna (ditunjukkan oleh nilai RMSEA  $> 0.08$  dan p-value  $< 0.05$ ), jalur individual tetap dapat dianalisis untuk melihat hubungan antar variabel secara parsial.

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memperkuat berbagai temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi finansial memiliki dampak besar terhadap perubahan perilaku konsumen. Pengaruh langsung antara fintech dan perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan bahwa kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan banyaknya promo diskon dari penyedia layanan keuangan digital menjadi pendorong utama pergeseran preferensi konsumen dari sistem pembayaran konvensional ke sistem digital.

Temuan bahwa e-wallet dan QRIS berperan sebagai variabel mediasi juga sesuai dengan hasil penelitian Marlina & Hartono (2022) serta Prasetyo & Wulandari (2021), yang menekankan bahwa pengalaman positif dalam penggunaan teknologi keuangan memperkuat loyalitas dan kebiasaan berbelanja secara digital. Dalam konteks mahasiswa, kecenderungan konsumtif juga diperkuat oleh faktor sosial dan psikologis sebagaimana dijelaskan dalam Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), di mana persepsi kemudahan dan pengaruh norma sosial memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan fintech.

Namun demikian, tingginya penggunaan e-wallet dan QRIS juga dapat menimbulkan risiko perilaku konsumtif yang berlebihan jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik. Oleh karena itu, pendidikan literasi keuangan harus terus ditingkatkan, khususnya di kalangan mahasiswa, agar penggunaan fintech tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga produktif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fintech terhadap perilaku konsumen, dengan fokus pada penggunaan e-wallet, QRIS, dan perilaku konsumen dalam transaksi digital.

Melalui pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak LISREL, diperoleh gambaran menyeluruh mengenai hubungan antar variabel laten dalam model yang diajukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa fintech berperan signifikan dalam membentuk dan mengubah perilaku konsumen di era digital.

Dari hasil LISREL, diketahui bahwa variabel Persepsi terhadap Sistem Digital Modern (PSDM) dan Budaya Organisasi (BO) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (KK) dan Kepercayaan terhadap Brand (KB), meskipun beberapa jalur seperti pengaruh langsung PSDM terhadap KK atau BO terhadap KB tidak signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh fintech terhadap perilaku konsumen lebih kuat melalui jalur mediasi kepercayaan dan kepuasan, bukan hanya dari persepsi atau budaya teknologi semata.

Model juga menunjukkan nilai Chi-Square yang tinggi dan nilai RMSEA sebesar 0,130, yang berarti model belum mencapai tingkat Good Fit. Namun demikian, nilai-nilai loading factor untuk sebagian besar indikator berada di atas 0,5 yang menunjukkan bahwa secara umum konstruk yang digunakan cukup valid dalam menjelaskan variabel-variabel penelitian. Penggunaan QRIS sebagai salah satu bentuk implementasi fintech juga tampak berperan penting dalam memediasi hubungan antara teknologi dan perilaku konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan QRIS cenderung menunjukkan tingkat kepuasan dan kepercayaan yang lebih tinggi terhadap proses pembayaran digital, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku mereka dalam melakukan transaksi.

## SARAN

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar para pelaku industri fintech, khususnya penyedia layanan e-wallet dan sistem pembayaran berbasis QRIS, lebih proaktif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Edukasi mengenai manfaat, keamanan, dan kemudahan penggunaan QRIS harus ditingkatkan agar lebih banyak konsumen merasa nyaman dan percaya dalam menggunakan teknologi ini. Hal ini penting mengingat persepsi dan budaya terhadap teknologi belum sepenuhnya mampu memengaruhi perilaku konsumen secara langsung tanpa adanya pengalaman positif dan kepuasan pengguna.

Selain itu, pemerintah dan regulator juga perlu mendukung perluasan infrastruktur digital dan ekosistem fintech agar lebih merata dan inklusif. Penelitian ini juga membuka peluang untuk riset lanjutan dengan memperbaiki model pengukuran, menambah jumlah sampel, serta mengeksplorasi variabel lain seperti literasi keuangan, gaya hidup digital, atau faktor demografis yang dapat memperkuat pemahaman tentang pengaruh fintech terhadap perilaku konsumen.

Dengan demikian, di tengah berkembangnya teknologi keuangan, penerimaan dan adaptasi masyarakat terhadap fintech dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan melalui sinergi antara penyedia layanan, regulator, dan konsumen itu sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anto, L. O., Muhammad, A., Ramadhan, F., & Hustia, R. H. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Wallet. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(02), 472–485.
- Astuti, A. D., & Faujiah, A. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada generasi milenial Daerah Istimewa Yogyakarta.

- Alkasb: Journal of Islamic Economics*, 2(1), 209–222.  
<https://jurnal.instika.ac.id/index.php/alkasb/article/view/396>
- Eliza, R., Zulkifli, Z., Syafwandi, S., & Fitria, L. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Di Indonesia: Literature Review. *Innovative: Journal Of ...*, 4, 13147–13154. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/12063%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/12063/8166>
- Fadhila, A., & Utami, P. M. (2024). *Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian*. 16(3), 503–508. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16>
- Hijir, P. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Financial Technology (Fintech) Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 147–156. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17273>
- Kurnia, A., Rahmani, S., & Muharman, N. (2023). Pengaruh Diskon Dan Fitur Layanan Aplikasi E-Wallet Dana Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Generasi Z (Gen Z) Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(4).
- Nikmah, Y. K., & Satria, D. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Sebagian Masyarakat Jawa Timur). *JOURNAL OF DEVELOPMENT ECONOMIC AND SOCIAL STUDIES*, 3(2).
- Rahadi, J., Agrecia, A., Valecia, V. G., & Nofirda, F. A. (2023). Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31088–31093.
- (Astuti & Faujiah, 2023)(Eliza et al., 2024)(Fadhila & Utami, 2024)(Hijir, 2022)(Kurnia et al., 2023)(Anto et al., 2024)(Nikmah & Satria, 2024)(Rahadi et al., 2023)