

**PENGARUH *FINTECH* (*Paylater*), LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU
KONSUMTIF TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)**

JURNAL ILMIAH



TITANIA AISHA NOOR SYAHBANI

211062201069

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI SUNGAI PENUH 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

JURNAL ILMIAH

**PENGARUH *FINTECH* (*Paylater*), LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU
KONSUMTIF TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)**



TITANIA AISHA NOOR SYAHBANI

211062201069

DOSEN PEDAMPING ARTIKEL

Zachari Abdallah, SE., M.S. Ak

NIDN : 1030068702



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
SAKTI (STIE)
SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa artikel yang saya buat adalah benar-benar hasil penelitian/pekerjaan saya. Jika saya menginap atau menggunakan hasil penelitian/ pekerjaan orang lain dalam penelitian dan tugas pribadi saya, maka saya akan menginditifikasi hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai peraturan yang berlaku di Program Studi Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci.

Nama : TITANIA AISHA NOOR SYAHBANI

Judul : PENGARUH FINTECH (PAYLATER), LITERASI
KEUANGAN DAN PERILAKU KOMSUMTIF
TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
MASYARAKAT (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT SUNGAI PENUH)

Dosen Pedamping Artikel : ZACHARI ABDALLAH, SE., M.S. Ak

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sadar memberi pernyataan tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun.

Sungai Penuh, Desember 2025

TITANIA AISHA N.S

NIM. 221062201069

**PENGARUH FINTECH (PAYLATER) ,LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU
KONSUMTIF TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT**

(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)

Titania Aisha Noor Syahbani¹⁾, Zachari Abdallah,SE.,M.SAK²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci (STIE-SAK)

email: aishatitania73@gmail.com

email: zachari.abdallah87@gmail.com

ABSTRACT

The objective is to determine whether Fintech (Paylater), Financial Literacy, and Consumptive Behavior Influence Public Financial Behavior. This type of research is quantitative research using primary data. The main data used in the study is data obtained from distributing questionnaires to the community around the researcher's residential area via Google Forms. This study uses a non-probability sampling data collection technique. The population in this study is the community around the researcher's residential area, totaling 151 people. In this study, the number of samples was determined using the Slovin formula. The hypothesis used in this study is multiple linear regression using the SPSS application. Multiple Regression Analysis was conducted to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. Data analysis includes validity tests, reliability tests, coefficient of determination, partial tests, and simultaneous tests. The results of the study indicate that Fintech (Paylater) has a positive effect on public financial behavior, financial literacy does not have a positive effect on public financial behavior, and consumptive behavior does not have a positive effect on public financial behavior. Fintech (Paylater), financial literacy, and consumptive behavior all have a positive effect on public financial behavior.

Keywords: : fintech (paylater), financial literacy, consumer behavior, financial behavior

ABSTRAK

Tujuan untuk mengetahui apakah Fintech (Paylater), Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Berpengaruh Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer. Data utama yang digunakan dalam penelitian adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat di sekitar wilayah tempat tinggal peneliti melalui Google Forms. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data non-probability sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat disekitar wilayah tempat tinggal peneliti yang berjumlah 151 orang. Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Analisis Regresi Berganda, dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis data meliputi uji validitas, uji reabilitas, koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fintech (paylater) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan masyarakat, literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan masyarakat, perilaku konsumtif tidak berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan masyarakat. Fintech (paylater), literasi keuangan, perilaku konsumtif bersama sama berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan masyarakat.

Kata Kunci: *fintech(paylater), literasi keuangan, perilaku konsumtif, perilaku keuangan*

PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan dan kemauan manusia terus mengalami perkembangan. Setiap individu melakukan segala cara untuk memenuhi semua kebutuhan yang mereka inginkan, baik kebutuhan primer dan sekunder. Maka dari itu setiap individu harus bisa mengelola keuangannya dalam jangka waktu pendek maupun jangka panjang. Seperti yang kita lihat saat ini, kebutuhan manusia juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat. Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, manusia tidak bisa terlepas dari teknologi yang seakan-akan sudah menjadi kebutuhan bagi setiap individu. Hal ini dikarenakan teknologi yang ada saat ini sangat mempermudah setiap individu dalam melakukan berbagai hal. (Indra Budaya¹, Dona Elvia Desi², 2022)

Kemajuan teknologi telah mengubah cara orang bertransaksi, dari uang tunai sekarang secara bertahap menjadi pembayaran online. Kebutuhan yang berkembang, gaya hidup, konsumerisme, dan hedonisme memaksa orang untuk menahan diri dalam mengelola keuangan mereka. Perkembangan dunia keuangan saat ini memberikan lebih banyak kesempatan bagi masyarakat untuk mengambil keputusan keuangannya sendiri termasuk di masyarakat di kecamatan kota Sungai Penuh. Hal ini dikarenakan banyaknya produk keuangan baru dan lebih beragam yang perlu digali dan dipahami oleh masyarakat luas. Penting untuk memahami instrumen keuangan ini guna menghindari pengambilan keputusan keuangan yang keliru dan tidak akurat. Pemahaman keuangan juga sering disebut dengan literasi keuangan. Literasi keuangan erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan, dimana semakin tinggi literasi keuangan maka pengelolaan keuangan seseorang akan semakin baik. (Sahrul Ihsan, 2022)

Untuk saat ini fenomena yang bisa kita lihat tentang perilaku keuangan masyarakat terhadap *fintech* (*paylater*) yang mencerminkan perubahan yang signifikan dalam cara masyarakat dalam mengelola keuangan dan berinteraksi dengan layanan keuangan. Banyak orang khususnya masyarakat sekarang lebih cepat mengadopsi layanan *fintech* dibandingkan layanan keuangan tradisional. *Fintech* membantu menjangkau segmen masyarakat yang sebelumnya tidak terlayani oleh bank, seperti pedagang kecil dan masyarakat di daerah terpencil. Hal ini memberikan akses ke pinjaman, tabungan dan investasi. (Tambunan, 2024)

Jasa keuangan merupakan salah satu sektor yang banyak berperan dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Otoritas Jasa Keuangan Indonesia sebagai lembaga independen pengatur dan pengawas di sektor jasa keuangan memiliki salah satu tugas penting untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen di sektor jasa keuangan, salah satunya dengan

mengatur prosedur penanganan pengaduan serta penyelesaian sengketa konsumen secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau.(Mantili, 2014)

Fintech merupakan adalah layanan keuangan yang dapat membuat penggunanya dapat membeli barang maupun jasa tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Makna *paylater* dalam hal ini menunjukkan metode pembayaran yang dapat dilakukan baik secara online maupun offline. Dalam hal ini *paylater* yang bekerja dalam memberikan jumlah batas kredit kepada pengguna. Saldo *paylater* akan bertambah sesuai dengan jumlah pembelian dan dibayarkan dalam jangka waktu tertentu dengan indikator pada kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, manfaat yang dirasakan, serta pengaruh terhadap perilaku konsumtif.(Sunarti et al., 2025)

Literasi keuangan merupakan kemampuan memahami uang dan juga keuangan serta mampu percaya diri menerapkan pengetahuan itu untuk membuat ketetapan keuangan yang efektif sebab membuat ketetapan keuangan yang sehat termasuk ke dalam keterampilan inti yang diperlukan saat ini. Literasi keuangan termasuk ke dalam suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan sebab individu seringkali dihadapkan pada trade off yakni situasi yang mana individu harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya.(Lestari et al., 2022)

Perilaku konsumtif merupakan perilaku atau gaya hidup yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang. Perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuangan masyarakat seperti,utang yang berlebihan perilaku konsumtif cenderung mendorong masyarakat untuk menghabiskan lebih dari yang mereka mampu, baik melalui kartu kredit, pinjaman, atau utang lainnya. Serta kurangnya tabungan dan investasi yang cenderung konsumtif mungkin kurang memperhatikan pentingnya menabung atau berinvestasi untuk kebutuhan mendatang seperti biaya pendidikan lanjutan, memulai bisnis, atau menyimpan dana darurat.(Tambunan, 2024)

Perilaku keuangan adalah seberapa baik rumah tangga atau individu mengelola sumber daya keuangan yang mencakup perencanaan anggaran tabungan, asuransi dan investasi. Dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan adalah sebuah perilaku yang memperlakukan, mengelola dan menggunakan keuangan yang dimiliki untuk mencapai tujuan dari penggunaan keuangan sehingga terhindar dari risiko keuangan.(Joshua Nathan Austin dan Nuryasman MN, 2021)

Penggunaan *Fintech* (paylater) oleh masyarakat merupakan kelompok yang relatif baru di dalam dunia keuangan yang cenderung lebih mudah tertarik dengan layanan *fintech* (paylater), karena kemudahan akses dan proses yang cepat. Paylater memungkinkan mereka untuk membeli barang atau jasa sekarang dan membeli barang atau jasa sekarang dan membayar nanti. hal ini membuat mahasiswa tertarik untuk berbelanja karena keterbatasan dana. namun ini berpengaruh buruk terhadap masyarakat karena bisa membuat masyarakat ketergantungan dan dapat mengarah pada perilaku konsumtif dan ketidakseimbangan dalam pengelolaan keuangan pribadi.(Sheilla Emilia Sholehah & Evaliati Amaniyah, 2024)

Banyak diantara masyarakat yang cenderung memilih menggunakan Shopee *Paylater* dibandingkan kartu kredit karena Shopee *Paylater* dianggap lebih memudahkan konsumen untuk mendaftar dan bunga pinjaman yang rendah mulai dari 2,95%. Shopee *Paylater* juga memberikan cashback dan gratis ongkir kepada konsumen yang menggunakannya. Shopee *Paylater* dapat dikatakan sebagai one stop shopping, dimana saat konsumen berbelanja produk fashion di Shopee semuanya tersedia. Tidak hanya itu, selain konsumen dapat berbelanja produk secara online, mereka juga bisa melakukan transaksi yang telah disediakan oleh Shopee salah satunya yaitu Shopee *Paylater*. One stop shopping merupakan konsep dalam berbelanja kebutuhan produk dalam satu tempat, yaitu pusat perbelanjaan yang menjual berbagai produk (Bila & Marlana, 2024)

Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fintech* (*Paylater*), Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat”. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut: apakah *fintech* (), literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh secara simultan terhadap perilaku keuangan masyarakat? dan apakah *fintech* (*paylater*), literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh secara parsial terhadap perilaku keuangan masyarakat?

LANDASAN TEORITIS

Teori Prospek (Prospect Theory)

Teori prospek (prospect theory), yaitu membahas mengenai cara pandang seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan ditengah kondisi yang tidak pasti. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi proses seseorang dalam melakukan pengambilan keputusan meliputi penyesalan, penghindaran kerugian, dan akuntansi mental. Teori ini menjelaskan

bahwa seseorang akan memperlihatkan perilaku berani mengambil risiko apabila masalah yang dihadapi mengandung pilihan yang nantinya akan menghadapi kerugian. (Ahmad Dhani Putra Pratama¹, Adam Akbar², Muhammad Farhan³, Rusdi Hidayat⁴, 2024)

Dalam Teori prospek yang dikemukakan oleh Kahneman dan Tversky (1979) menjelaskan berbagai keadaan pemikiran yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan investor, teori ini menggabungkan 2 (dua) ilmu yang berbeda yaitu ekonomi dan psikologi). Teori ini beranggapan bahwa perilaku manusia dianggap aneh dan kontradiktif dalam mengambil keputusan dan tidak selamanya rasional. Dalam psikologi, bias heuristik adalah jalan pintas mental yang dipelajari melalui pengalaman yang menjelaskan bagaimana investor membuat keputusan dan menyelesaikan masalah, terutama ketika menghadapi masalah kompleks dengan informasi yang tidak lengkap. (Atik, 2024)

Perilaku keuangan masyarakat mencakup cara individu atau keluarga mengelola keuangan, termasuk pengaturan anggaran, menabung, investasi, pengendalian pengeluaran, kesiapan dana darurat, dan pengambilan keputusan finansial. Salah satu inovasi fintech berupa pembayaran non-tunai yang turut mendorong perilaku konsumtif masyarakat adalah fitur *paylater*, *pay later* menawarkan kemudahan dalam berbelanja dengan metode pembayaran beli sekarang, bayar nanti yang dapat dicicil dengan jangka waktu sesuai tenor yang dipilih (Kholqiyah et al., 2025)

Perilaku Keuangan (Y)

Perilaku keuangan menjadi faktor mediasi penting dalam memahami hubungan antara literasi keuangan dan impulsifitas terhadap kinerja keuangan pribadi. Perilaku keuangan mencerminkan kebiasaan individu dalam mengatur pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi. Mahasiswa dengan perilaku keuangan yang baik akan lebih bijak dalam menggunakan PayLater dan mampu menjaga stabilitas keuangannya. (Risma et al., 2025)

Berdasarkan pernyataan dari penelitian yang telah diuji menyebutkan bahwa indikator dari perilaku keuangan terdiri dari, Manajemen Arus Kas, Tabungan dan Investasi. (Tipa, 2024)

Pengaruh Fintech/Paylater (X1)

Fintech atau *Financial Technology* adalah layanan keuangan berbasis teknologi yang mempermudah transaksi, pembayaran, dan akses kredit digital. Salah satu layanan populer adalah *Paylater*, yang memungkinkan pengguna membeli barang/jasa terlebih dahulu dan membayar di kemudian hari. Informasi, kemampuan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan tindakan guna mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan guna

meraih kesejahteraan ekonomi masyarakat dengan cara bersama-sama disebut literasi keuangan. Guna mencegah kesulitan keuangan di masa mendatang, siswa harus mempunyai pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan.(Anggraini et al., 2025)

Fintech muncul dengan tujuan agar produksi jasa keuangan dapat diakses oleh masyarakat luas, mempermudah transaksi, dan meningkatkan literasi keuangan *Fintech* mampu mengubah kebiasaan transaksi keuangan masyarakat yang sebelumnya masih konvensional berubah menjadi transaksi keuangan berbasis teknologi.(Sartika, 2024)

Adapun indikator financial technology menurut Azhari (2021) adalah sebagai berikut : 1) Meningkatkan transaksi e-commerce. 2) Penerimaan konsumen terhadap produk digital. 3) Mendapatkan kemudahan dan efisiensi.(Avivah, 2024)

Literasi Keuangan (X2)

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang memahami, mengelola, dan menggunakan produk keuangan secara bijak untuk mengambil keputusan finansial yang tepat. Literasi keuangan meliputi pemahaman tentang menabung, investasi, pengeluaran, dan risiko finansial. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijak dalam membelanjakan uang dan memiliki perencanaan keuangan jangka panjang yang lebih baik. Rendahnya literasi keuangan dapat mendorong perilaku impulsif dan konsumtif (Tsabjanati et al., 2025)

Otoritas Jasa Keuangan menggunakan istilah literasi keuangan sebagai kegiatan atau rangkaian proses dalam meningkatkan pengetahuan (knowledge), keyakinan (confidence), dan keterampilan (skill) konsumen atau masyarakat luas sehingga mereka dapat mengelola keuangan dengan baik. Definisi literasi keuangan ini mengalami penyempurnaan dalam Peraturan OJK No. 76 Tahun 2016 dan dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Penyempurnaan literasi keuangan ini dilakukan dengan memasukkan aspek sikap dan perilaku keuangan selain pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan mengenai suatu lembaga, produk, dan layanan keuangan. Definisi dari literasi keuangan kemudian menjadi pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangannya guna mencapai kesejahteraan.(Nurazmiza¹, Idris Parakkasi², 2024)

Literasi keuangan dibagi menjadi empat indikator, yaitu sebagai berikut: 1. Pengetahuan keuangan dasar (Basic financial knowledge), 2. Simpanan dan pinjaman (saving and borrowing), 3. Proteksi (Insurance), 4. Investasi. (Trisuci et al., 2023)

Perilaku Konsumtif (X3)

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk membeli barang/jasa melebihi kebutuhan, sering dipengaruhi oleh gaya hidup, media sosial, dan kemudahan transaksi digital. Perilaku konsumtif didefinisikan juga sebagai kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa tidak berdasarkan kebutuhan, melainkan karena keinginan emosional, pengaruh sosial, atau dorongan eksternal lainnya. Perilaku konsumtif sering kali ditandai dengan pembelian impulsif, peningkatan frekuensi belanja, dan keputusan konsumsi yang tidak direncanakan (Saputri & Nusantara, 2025)

Menurut Engel, Blackwell, dan Mansard mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan dan proses pengambilan keputusan yang dilakukan individu dalam membeli barang dan jasa untuk kebutuhan konsumsinya pribadi. Pemahaman menyeluruh terhadap kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi pemasar, karena dapat membantu perusahaan mencapai targetnya atau mencapai kesuksesan dengan produk baru yang memenuhi harapan konsumen. (Leonita & Wulandari, 2024)

Berdasarkan indikator perilaku konsumtif diatas, maka indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: 1) Pembelian impulsif, 2) Pemborosan, 3) Mencari kesenangan (Anjarwati et al., 2023)

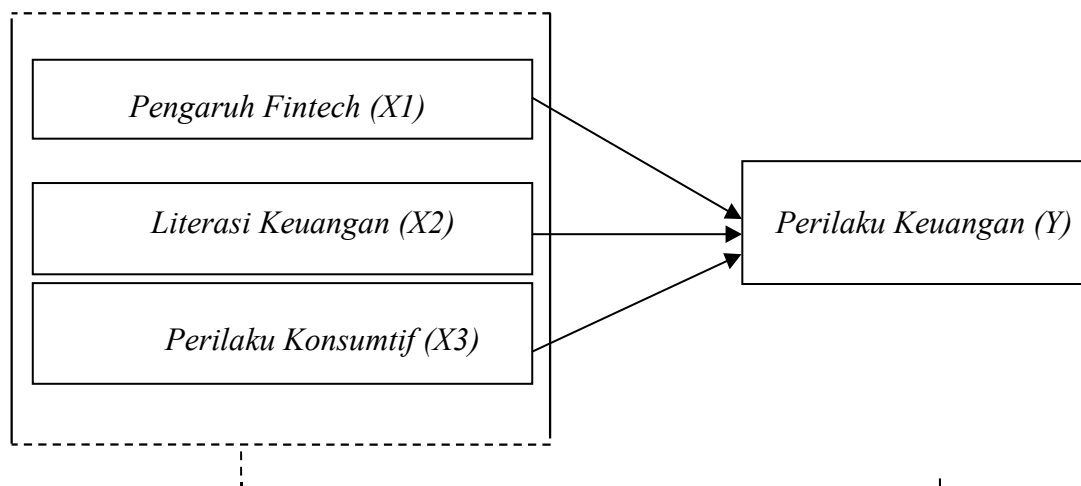
Penelitian terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Fintech*, literasi dan perilaku konsumtif terhadap keuangan masyarakat sudah dilakukan penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya. Namun, di balik kemudahan tersebut, penggunaan *paylater* secara tidak terkontrol dapat memicu masalah dalam pengelolaan keuangan pribadi, seperti akumulasi utang, kesulitan pembayaran, hingga rendahnya kinerja keuangan individu (Risma et al., 2025). Pada hasil penelitian kedua mengatakan bahwa tindakan konsumtif memberikan pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Menemukan fakta bahwa kurangnya literasi keuangan membuat seseorang semakin berperilaku konsumtif dan kurang pandai dalam mengelola keuangannya (Maulida et al., 2023). Penelitian ketiga menemukan bahwa Penelitian ini menemukan bahwa *fintech payment* dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di

mana penggunaan *fintech* meningkatkan kecenderungan konsumtif, sedangkan literasi membantu membentuk kebiasaan pengelolaan konsumsi. (Susilowati et al., 2025), hasil observasi penelitian yang dilakukan oleh (Sartika, 2024), menyatakan bahwa *fintech* payment berpengaruh positif terhadap e-commerce. Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Leonita & Wulandari, 2024) menunjukkan bahwa penggunaan *shopee paylater* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.

Model penelitian

Berdasarkan kajian penelitian sebelumnya dan pengembangan model penelitian, maka disusunlah kerangka berfikir teoritis yang menyatakan pengaruh antar variable dalam penelitian ini. Dibawah ini merupakan gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian:



Keterangan : $\longrightarrow$ Pengaruh secara parsial
 $\dashrightarrow$ Pengaruh secara simultan

Pengujian Hipotesis dan Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Analisis Regresi Berganda, dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Perilaku Keuangan

a	= Konstanta
b1 b2 b3 b4	= Koefisien regresi masing-masing
variabel X1	= Pengaruh <i>Fintech</i>
variabel X2	= Literasi Keuangan
variabel X2	= Perilaku Konsumtif

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini yang dijadikan objek penelitian adalah masyarakat disekitar wilayah tempat tinggal peneliti tahun 2025. Adapun yang akan dibahas terbatas hanya pada seberapa besar pengaruh *fintech* (*paylater*), literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap variabel dependen, yaitu perilaku keuangan masyarakat. Sebagai variabel independen pada penelitian ini adalah yang diberi lambang Pengaruh *Fintech* / *Paylater* (X1), Literasi Keuangan (X2) dan Perilaku Konsumtif (X3) Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah Perilaku Keuangan Masyarakat yang diberi lambang (Y). Jadwal Penelitian dilaksanakan bulan Desember 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini mencakup konsumen yaitu masyarakat yang membeli di Batik Karang Setio yang jumlahnya tidak diketahui. (Abdallah, Zachari Carolina et al., 2018)

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat disekitar wilayah tempat tinggal peneliti yang berjumlah 151 orang.

Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016), Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi tersebut. Dengan kata lain sampel merupakan beberapa, tetapi tidak semua, elemen populasi membentuk sampel. Untuk menentukan jumlah sampel yang tepat peneliti harus menggunakan Teknik pengambilan sampel. (Abdallah, Zachari Carolina et al., 2018)

Pada penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin

$$n = \frac{151}{1 + 151 \times 0,0025}$$

= 60,200 dibulatkan menjadi 61

Berdasarkan perhitungan tersebut jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 61 responden

Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber Indikator
1.	Perilaku Keuangan (Y)	1) Manajemen Arus Kas 2) Kas 3) Tabungan 4) Investasi	Tipa (2024)
2.	Pengaruh Fintech (X1)	1) Meningkatkan transaksi e-commerce. 2) Penerimaan konsumen terhadap produk digital. 3) Mendapatkan kemudahan dan efisiensi	(Avivah, 2024)
3.	Literasi Keuangan (X2)	1) Pengetahuan keuangan dasar (Basic financial knowledge) 2. Simpanan dan pinjaman (saving and borrowing) 3. Proteksi (Insurance)	Trisuci et al., 2023
4.	Desain Produk (X3)	1) Pembelian impulsif 2) Pemborosan 3) Mencari kesenangan (Anjarwati et al., 2023)	(Anjarwati et al., 2023)

Pengumpulan Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer. Data utama yang digunakan dalam penelitian adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat disekitar wilayah tempat tinggal peneliti melalui Google Forms. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data non-probability sampling. Dan data di analisis menggunakan pendekatan kuantitatif melalui regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS.

Uji Instrumen dan Uji Reabilitas

No	Perilaku Keuangan	Pengaruh Fintech	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif
1	0,664	0,852	0,751	0,533
2	0,613	0,879	0,766	0,696
3	0,781	0,842	0,704	0,575
4	0,840	0,994	0,901	0,751
5	0,657	0,848	0,780	0,620
6	0,634	0,417	0,880	0,681
7	0,756	0,813	0,850	0,829
8	0,553	0,906	0,746	0,733
9	0,564	0,916	0,924	0,724

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, semua variable Pengaruh *Fintech*, Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat telah terbukti memiliki nilai korelasi yang cukup tinggi (lebih dari **0,3**), yang dimana menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner dapat dianggap valid untuk mengukur variabel yang dimaksudkan. Secara keseluruhan, instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini terbukti valid dalam mengukur Pengaruh *Fintech*, Literasi Keuangan, dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat.

Tabel 2. Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Reliabel	Keterangan
1	Perilaku Keuangan (Y)	>0,60	0,950	Reliabel
2	Pengaruh <i>Fintech</i> (X1)	>0,60	0,942	Reliabel
3	Literasi Keuangan (X2)	>0,60	0,917	Reliabel
4	Perilaku Konsumtif (X3)	>0,60	0,834	Reliabel

Berdasarkan Tabel 2, seluruh butir pernyataan pada variabel *fintech*, literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan perilaku keuangan dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar daripada *r* tabel sebesar 0,361. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel *fintech*, literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan perilaku keuangan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner bersifat reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Alat Analisis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh fungsi atau pengaruh kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat. Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan menggunakan SPSS versi 25.00. Model persamaan untuk analisa regresi berganda (Sugiyono, 2013) adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y : Variabel Dependen/Bebas (Perilaku Keuangan)

X1 : Variabel Independen/Terikat 1 (Pengaruh *Fintech*)

X2 : Variabel Independen/Terikat 2 (Literasi Keuangan)

- X3 : Variabel Independen/Terikat 3 (Perilaku Konsumtif)
- b1 : Koefisien regresi dari variabel X1 (Pengaruh Fintech)
- b2 : Koefisien regresi dari variabel X2 (Literasi Keuangan)
- b3 : Koefisien regresi dari variabel X3 (Perilaku Konsumtif)
- a : Konstanta
- e : *error*

6. Koefisien Determinasi

1) Secara Simultan

Menurut Sugiyono (2017), koefisien determinasi adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui persentase pengaruh yang sudah diuji memakai uji korelasi. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menjelaskan besarnya kontribusi yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi menurut Sugiyono (2017), sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

2) Secara Parsial

Untuk mengetahui besar nya Pengaruh *fintech*, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif terhadap Perilaku keuangan masyarakat secara parsial. Menurut Ghozali (2007:175) dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = \text{Beta Standardized Coefficients} \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

7. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Untuk menguji pengaruh secara parsial digunakan uji t, adalah bagian uji statistik yang merupakan uji koefisien korelasi parsial yang digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana salah satu variabel independennya tetap/dikendalikan. Sugiyono (2017), merumuskan uji t sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{s/\sqrt{n}}$$

Keterangan :

bi = koefisien regresi

s = standar deviasi sampel

n = jumlah sampel

Dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan kriteria pengujian sebagai berikut :

1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Pengaruh *fintech*, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif terhadap Perilaku keuangan masyarakat.

2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara parsial antara Pengaruh *fintech*, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif terhadap Perilaku keuangan masyarakat

2. Uji F (Simultan)

Untuk menguji pengaruh secara simultan digunakan uji F, dengan mencari terlebih dahulu F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan F_{Tabel} .

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$

maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Pengaruh *fintech*, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif terhadap Perilaku keuangan masyarakat $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat Pengaruh *fintech*, Literasi keuangan, Perilaku konsumtif terhadap Perilaku keuangan masyarakat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.294	5.48532

a. Predictors: (Constant), Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan, Pengaruh Fintech (Paylater)

Berdasarkan Model Summary, nilai R sebesar 0,574, yang berarti menunjukkan bahwa variabel fintech (paylater), literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara bersama-sama mampu menjelaskan 32,9% variasi perilaku keuangan masyarakat, sedangkan 67,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,294 mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 29,4%, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memiliki daya jelaskan yang cukup baik. Sementara itu, nilai Std. Error of the Estimate sebesar 5,48532 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi model regresi terhadap perilaku keuangan masyarakat.

Tabel Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	15.607	3.771		4.139	.000			
	Fintech (Paylater)	.397	.091	.479	4.359	.000	.516	.500	.473
	Literasi Keuangan	.095	.101	.119	.941	.351	.249	.124	.102

	Perilaku Konsumtif	.138	.104	.169	1.325	.191	.307	.173	.144
--	--------------------	------	------	------	-------	------	------	------	------

HASIL

a. *Fintech* berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,359 > 1,671$) serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antar *fintech* terhadap perilaku keuangan.

b. Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,941 < 1,671$) serta signifikansi $0,351 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar literasi keuangan terhadap perilaku keuangan.

c. Perilaku Konsumtif tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,169 < 1,671$) serta signifikansi $0,191 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar perilaku konsumtif terhadap perilaku keuangan.

a. Pengaruh *fintech* terhadap perilaku keuangan

hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel pengaruh *fintech* dinyatakan berpengaruh Berdasarkan signifikan terhadap pada perilaku keuangan dengan (nilai $\beta = 0,000$; diterima pada $p < 0,05$). Selanjutnya hasil uji t juga mengkonfirmasi bahwa pengaruh *fintech*, dimana nilai t hitung lebih besar $4,359 >$ dari t tabel $1,67$. Nilai β yang positif menunjukkan pengaruh positif variabel ini pada variabel terikat, artinya semakin tinggi pengaruh *fintech* maka semakin meningkat pula perilaku keuangan pada masyarakat

H1: Pengaruh *fintech* berpengaruh positif pada perilaku keuangan masyarakat (diterima).

b. Literasi Keuangan terhadap perilaku keuangan

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap pada perilaku keuangan dengan (nilai $\beta = 0,351$; diterima pada $p > 0,05$). Selanjutnya hasil uji t juga mengkonfirmasi bahwa literasi keuangan, dimana nilai t hitung lebih besar $0,941 <$ dari t tabel $1,671$. Nilai β yang negatif menunjukkan pengaruh negatif variabel ini pada variabel terikat, artinya semakin rendah

literasi keuangan maka perilaku keuangan masyarakat mengalami penurunan.

H2: Literasi keuangan berpengaruh negatif pada perilaku keuangan masyarakat (**ditolak**).

c. Perilaku Konsumtif terhadap perilaku keuangan

Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap pada perilaku keuangan dengan (nilai $\beta = 0,191$; diterima pada $p > 0,05$). Selanjutnya hasil uji t juga mengkonfirmasi bahwa literasi keuangan, dimana nilai t hitung lebih besar $1,32 <$ dari t tabel $1,671$. Nilai β yang negatif menunjukkan pengaruh negatif variabel ini pada variabel terikat, artinya sedangkan semakin rendah perilaku konsumtif akan mendorong perilaku keuangan yang lebih baik.

H3: Perilaku konsumtif berpengaruh negatif pada perilaku keuangan masyarakat (**ditolak**).

Tabel Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	840.744	3	280.248	9.314	.000 ^b
	Residual	1715.059	57	30.089		
	Total	2555.803	60			

a. Dependent Variable : Perilaku Keuangan

b. Predictors : (Constant), Perilaku Konsumtif, Fintech (Paylater) Literasi Keuangan

Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (pengaruh *fintech*, literasi keuangan dan perilaku konsumtif) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari nilai F yang diperoleh sebesar 9.314 dengan p-value sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05. Dengan demikian, berdasarkan uji F, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak dapat dianggap signifikan, artinya variabel-variabel yang diuji bersama-sama tidak memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap keputusan perilaku keuangan masyarakat.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Fintech* terhadap perilaku keuangan

Spekulasi terkini mengungkap bahwa teknologi finansial (*fintech*) membawa pengaruh baik bagi pola keuangan masyarakat. Kian banyak orang menggunakan platform *fintech*, misalnya fitur bayar nanti, dompet digital, dan aplikasi pengelola anggaran, dan ini berkorelasi dengan peningkatan kualitas pengelolaan keuangan mereka. *Fintech* menawarkan kepraktisan, efisiensi waktu, dan keluwesan dalam memantau transaksi serta perputaran uang, sehingga mendorong pengguna untuk lebih cermat dalam berbelanja, melacak kondisi finansial, dan membuat keputusan terkait keuangan dengan perencanaan matang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan temuan ini sejalan dengan Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi kontrol perilaku dapat mendorong individu dalam mengambil keputusan. Dalam konteks ini, kemudahan akses, fleksibilitas pembayaran, dan kecepatan transaksi yang ditawarkan oleh *fintech paylater* meningkatkan kecenderungan masyarakat dalam mengambil keputusan keuangan. (Dr. Mahyarni 2020)

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemahaman keuangan memberikan dampak negatif terhadap perilaku keuangan masyarakat. Ini berarti bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan seseorang, maka perilaku keuangan masyarakat dapat semakin menurun. Hal ini mungkin terjadi karena pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak selalu diterapkan secara teratur, sehingga tanpa adanya disiplin dan kontrol diri, pemahaman tentang keuangan saja tidak cukup untuk membentuk perilaku keuangan yang baik

Temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori literasi keuangan yang dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2014), yang menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan seharusnya mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan yang rasional. Kondisi ini mengindikasikan bahwa meskipun masyarakat memiliki pengetahuan keuangan, faktor kemudahan dan daya tarik layanan *fintech* lebih dominan dalam memengaruhi keputusan keuangan dibandingkan pemahaman konseptual semata. (Hutajulu & Padjadjaran, 2024)

Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap perilaku keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak negatif terhadap kondisi keuangan masyarakat. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif, seperti pembelian secara mendadak dan belanja berlebihan, maka keadaan keuangan masyarakat akan cenderung memburuk. Hal ini mengindikasikan bahwa tanpa adanya kemampuan untuk mengendalikan diri dan disiplin, konsumsi yang tidak teratur dapat mengurangi kemampuan masyarakat dalam mengelola pengeluaran, melakukan tabungan, dan merencanakan keuangan dengan baik.

Temuan ini sejalan dan dapat dijelaskan melalui Teori Konsumsi dan Teori Utilitas, yang menyatakan bahwa individu tidak selalu bertindak rasional dalam mengelola keuangannya, terutama ketika dihadapkan pada kemudahan transaksi dan fasilitas pembayaran tertunda seperti *paylater*. Dengan demikian, kecenderungan konsumtif belum tentu menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan perilaku keuangan. (Gusmawita, 2025)

KESIMPULAN

Pengaruh *Fintech* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perilaku keuangan masyarakat (Y). Artinya, semakin tinggi pemanfaatan layanan *fintech*, seperti *paylater*, pembayaran digital, dan aplikasi keuangan, semakin baik perilaku keuangan yang ditunjukkan oleh masyarakat. Hal ini terjadi karena *fintech* memberikan kemudahan, fleksibilitas, dan kecepatan dalam melakukan transaksi serta mengelola arus kas, sehingga masyarakat terdorong untuk mengatur pengeluaran, memantau keuangan, dan mengambil keputusan keuangan secara lebih terencana. Temuan ini sejalan dengan Theory of Planned Behavior, yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap suatu tindakan mendorong individu untuk melaksanakan tindakan tersebut secara konsisten.

Literasi Keuangan (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perilaku keuangan masyarakat (Y). Hal ini berarti semakin menurun tingkat literasi keuangan, perilaku keuangan masyarakat justru cenderung menurun. Situasi ini dapat terjadi karena pengetahuan keuangan yang dimiliki tidak selalu diterapkan secara konsisten atau disertai kontrol diri yang baik. Dengan kata lain, literasi keuangan tanpa praktik pengelolaan dan disiplin perilaku keuangan dapat berdampak negatif terhadap perilaku keuangan nyata masyarakat. Temuan ini sejalan dengan Behavioral Finance Theory, yang menyatakan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu rasional dan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis, kebiasaan, dan tekanan sosial.

Perilaku Konsumtif (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan perilaku keuangan masyarakat (Y). Semakin tinggi perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif dan pengeluaran berlebihan, semakin menurun kemampuan masyarakat dalam mengatur pengeluaran, menabung, dan merencanakan keuangan secara efektif. Fenomena ini sejalan dengan Self-Control Theory, yang menekankan pentingnya pengendalian diri dalam pengambilan keputusan keuangan. Tanpa disiplin dan pengendalian terhadap perilaku konsumtif, perilaku keuangan masyarakat dapat menurun meskipun memiliki pengetahuan keuangan yang memadai.

Pengaruh Simultan (X1,X2,X3)

Hasil analisis secara simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel—*fintech*, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif—secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan masyarakat. Hal ini menandakan bahwa perilaku keuangan masyarakat dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut. Pengaruh positif *fintech* dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih baik, sementara literasi keuangan dan perilaku konsumtif yang

negatif dapat menurunkan kualitas perilaku keuangan. Dengan demikian, untuk membentuk perilaku keuangan masyarakat yang sehat, perlu ada pemanfaatan fintech secara bijak, pendampingan penerapan literasi keuangan secara praktis, serta pengendalian perilaku konsumtif.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar masyarakat memanfaatkan layanan fintech secara bijak dan menerapkan literasi keuangan secara praktis untuk mengendalikan perilaku konsumtif. Penyedia layanan fintech sebaiknya meningkatkan edukasi dan keamanan layanan serta menyediakan fitur pengelolaan transaksi agar pengguna lebih mudah mengatur keuangan. Semakin menurunnya literasi keuangan yang diikuti oleh menurunnya perilaku keuangan masyarakat dapat terjadi karena beberapa alasan yang saling berkaitan seperti kurangnya pemahaman masyarakat yang tidak memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, ketergantungan pada kemudahan transaksi, dan pengaruh lingkungan dan sosial pada masyarakat. Masyarakat disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan melalui edukasi keuangan yang berkelanjutan, baik mengenai pengelolaan anggaran, penggunaan produk keuangan digital, maupun perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, pemerintah dan lembaga keuangan perlu memperluas program literasi keuangan yang mudah diakses dan sesuai dengan karakteristik masyarakat agar risiko perilaku keuangan yang tidak sehat dapat diminimalkan. Penelitian selanjutnya dianjurkan menambahkan variabel lain yang memengaruhi perilaku keuangan dan memperluas sampel untuk memperoleh hasil yang lebih representatif.

Ucapan Terimakasih

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih tak terhingga kepada Bapak Zachari Abdallah atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang diberikan, serta kepada kedua orang tua yang tak henti memberi doa, kasih sayang, dan dukungan tak terbatas. Apresiasi juga disampaikan kepada keluarga, sahabat-sahabat seperjuangan, dan seluruh pihak yang telah membantu secara moril maupun materil, semoga segala kebaikan dibalas oleh Tuhan, dan semoga artikel ini bermanfaat bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdallah, Zachari Carolina, C., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Alam, S. (2018). *Pengaruh Penerapan Anggaran Berbasis Kinerja Terhadap Akuntabilitas Publik pada Instansi Pemerintah : Studi Kasus Dinas Pekerjaan Umum Kota Sungai Penuh*. 7(1).
- Ahmad Dhani Putra Pratama¹, Adam Akbar², Muhammad Farhan³, Rusdi Hidayat⁴, I. R. (2024). "Penerapan Teori Prospek dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham." 3, 476–486.
- Anggraini, L., Wirshandono, D., & Dian, S. (2025). *Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Analisis Perspektif Ekonomi Islam Dengan Penerapan Akad Ijarah*. 13(2), 148–154.
- Anjarwati, L., Hasyim, S. H., & Konsumtif, P. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa*. 3(4), 47–54.
- Atik, A. (2023). (2024). *DETERMINAN PERILAKU GENERASI MILENIAL DALAM KEPUTUSAN INVESTASI BERDASARKAN TEORI PROSPEK (2023)*. 34–44.
- Avivah, D. N. (2024). *PENGARUH FINANCIAL SELF-EFFICACY DAN FINTECH PAYMENT TERHADAP MANAJEMEN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA UNIVERSITAS CENDEKIA MITRA INDONESIA*.
- Bila, S. M., & Marlina, N. (2024). *Pengaruh gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pengguna shopee paylater*. 12(2).
- Dr, M. 2020. (n.d.). *THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*.
- Gusmawita, D. (2025). *PENDEKATAN TEORI UTILITAS KARDINAL DAN ORDINAL. XIII(Ii)*.
- Hutajulu, S. D., & Padjadjaran, U. (2024). *Pengaruh Financial Literacy dan Self Control terhadap Financial Behavior Pengguna Aplikasi E-Wallet*. 1(3).
- Indra Budaya¹, Dona Elvia Desi², Z. S. M. (2022). *MENGGUNAKAN SMARTPHONE MERK SAMSUNG PADA MASYARAKAT KOTO*. 2(1), 83–95.

- Joshua Nathan Austin dan Nuryasman MN. (2021). *Perilaku, sikap dan pengetahuan keuangan terhadap kepuasan keuangan. III*(77), 61–71.
- Kholqiyah, D. A., Mustapa, A., Khayati, A. N., Nuryana, I., & Maya, D. (2025). *SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW : DAMPAK KESENJANGAN LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU. 5*(2), 5039–5052.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). *KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA ONLINE DI SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PELITA BANGSA PROGAM STUDI MANAJEMEN ANGKATAN 2020). 13*(02), 554–566.
- Lestari, A., Nasional, P., Jakarta, V., & Jakarta, U. N. (2022). *The Effect of Financial Literacy , Financial Inclusion and Lifestyle on Financial Behavior in Millennial Generation Pengaruh Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. 2*(5), 2415–2430.
- Mantili, E. R. & R. (2014). *Penyelesaian Sengketa Melalui Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa di Sektor Jasa Keuangan * Ema Rahmawa ** dan Rai Man li *** Dispute Settlement Mechanism through Alternative Dispute Resolution Institution in the Sector of Financial Services A . Pendahuluan. 3*(35), 240–260.
- Maulida, E. R., Munandar, E., Nurochani, N., Studi, P., Syariah, P., Tinggi, S., Islam, E., Barat, P. J., & Maulida, E. R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Sistem Pembayaran Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kabupaten Ciamis Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. 2*(1), 399–410.
- Nurazmiza¹, Idris Parakkasi², A. S. S. (2024). *At tawazun. 4*(April), 41–52.
- Risma, P., Johnny, R., & Raharjo, H. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Impulsifitas terhadap Kinerja Keuangan Pribadi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Mahasiswa Pengguna PayLater di Surabaya). 4*(1), 1451–1458.
- Sahrul Ihsan, S. R. I. (2022). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGALAMAN KEUANGAN, DAN FINTECH TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT KOTA SELONG. 7*(2), 78–86.
- Saputri, R. A., & Nusantara, U. D. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Penggunaan Paylater , dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Indonesia. 3*(2).

- Sartika, A. H. D. (2024). *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis Politeknik Caltex Riau Pengaruh Fintech Peer-To-Peer Lending Dan Fintech Payment Terhadap Kinerja UMKM Dimediasi E-Commerce Pasca Covid-19*. 17(1), 47–56.
- Sheilla Emilia Sholehah & Evaliati Amaniyah. (2024). *1 , 2* ,. 18(1)*, 79–97.
- Sunarti, D., Patmasari, E. K., & Nugroho, M. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan , Perilaku Konsumtif dan Fintech (Paylater) Terhadap Pengelolaan Keuangan Individu (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kabupaten Kendal)*. 1(2).
- Susilowati, N., Alnandhifah, V., Fitriana, S., Mahardika, P. W., & Bayu, B. (2025). *Pengaruh Financial Technology (Fintech) Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 22, 20–32.
- Tambunan, C. (2024). *THE INFLUENCE OF FINTECH (PAYLATER), FINANCIAL LITERACY AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON STUDENT ' S FINANCIAL BEHAVIOR*.
- Tipa, H. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan , Perilaku Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa Kota Batam*. 8(2022), 2591–2606.
- Trisuci, I., Keuangan, K., & Keuangan, P. (2023). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP*. 12(01), 181–193.
- Tsabjanati, S., Safitri, T. A., & Kunci, K. (2025). *Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Usia Produktif*. 10(2), 444–455.

Lampiran 1, Pertanyaan Kuesioner

DAFTAR PERTANYAAN *PRESURVEY* **PENGARUH FINTECH (PAYLATER), LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU** **KONSUMTIF TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT** **(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)**

Sungai Penuh, Desember 2025

A. PENDAHULUAN

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth,

Calon Responden Penelitian Di Masyarakat

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan artikel sebagai salah satu syarat untuk mencapai Strata satu (S1) pada STIE-Sakti Alam kerinci, Saya :

Nama : Titania Aisha Noor Syahbani

Nim : 221062201069

Dengan ini, saya menyampaikan bahwa saya akan mengadakan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Fintech* (Paylater), Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat“.

Untuk itu saya mengharapkan kesediaan Saudara/Saudari untuk menjadi responden dengan mengisi Google Form kuesioner ini secara lengkap dan sebelumnya saya mohon maaf karena telah mengganggu waktu Saudara/Saudari. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga kerahasiaan akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Keterangan Kuesioner :

1. Dalam pengisian kuesioner, diharapkan saudara/saudari memperhatikan petunjuk yang tertera
2. Tidak ada jawaban yang salah atau benar pada pilihan saudara/saudari, dan diharapkan memilih jawaban sesuai pendapat saudara/saudari.

Atas perhatian dan ketersediaan saudara/saudari meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Sungai Penuh, Desember 2025

Hormat Saya,

Titania Aisha Noor Syahbani

Npm: 221062201069

B. KARAKTERISTIK RESPONDEN:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia
☐ < 20 tahun ☐ 20 – 30 tahun ☐ 31 – 40 tahun
☐ 41 – 50 tahun ☐ > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
☐ SD Sederajat ☐ SMP Sederajat ☐ SMA Sederajat
☐ S1 ☐ S2 ☐ S3
5. Pekerjaan :
☐ Mahasiswa/ Pelajar ☐ Wiraswasta
☐ PNS ☐ Lainnya

C. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bacalah baik-baik setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan dan jawablah seluruh pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya. Pada masing masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

PERILAKU KEUANGAN (Y)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	MANAJEMEN ARUS KAS					
	a. Dengan <i>Paylater</i> , saya bisa menunda pembayaran tanpa mengganggu arus kas saya					

	b. Paylater membuat saya lebih mudah mengatur pengeluaran jangka pendek					
	c. Saya memastikan pengeluaran saya tidak melebihi pendapatan bulanan.					
2	TABUNGAN					
	a. Saya memprioritaskan tabungan sebelum pengeluaran konsumtif.					
	b. Saya memiliki tujuan keuangan yang mendorong saya untuk menabung.					
	c. Saya rutin menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung.					
3	INVESTASI					
	a. Saya tertarik untuk melakukan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan.					
	b. Saya memahami manfaat investasi untuk meningkatkan kekayaan jangka panjang.					
	c. Saya memiliki pengetahuan dasar yang cukup tentang cara kerja investasi.					

PENGARUH *FINTECH* (X1)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	MENINGKATKAN TRANSAKSI E-COMMERCE					
	a. Saya lebih sering berbelanja online karena adanya layanan Paylater					
	b. Saya merasa lebih mudah melakukan pembelian di e-commerce ketika menggunakan Paylater					
	c. Ketersediaan Paylater meningkatkan frekuensi transaksi saya di platform e-commerce					
2	PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DIGITAL					

	a. Saya merasa nyaman menggunakan layanan keuangan digital seperti Paylater					
	b. Saya merasa Paylater mudah dipahami dan digunakan dibandingkan metode pembayaran lainnya					
	c. Saya menerima dan mendukung penggunaan Paylater sebagai bagian dari inovasi teknologi keuangan.					
3	MENDAPATKAN KEMUDAHAN DAN EFISIENSI					
	a. Paylater memudahkan saya melakukan pembayaran tanpa harus menyediakan uang tunai secara langsung.					
	b. Penggunaan Paylater membuat proses belanja saya lebih efisien					
	c. Paylater memberikan fleksibilitas dalam mengatur waktu pembayaran					

LITERASI KEUANGAN (X2)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	PENGETAHUAN KEUANGAN DASAR (BASIC FINANCIAL KNOWLADGE)					
	a. Saya lebih mengikuti keinginan dibanding kebutuhan saat berbelanja.					
	b. Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan					
	c. Saya sering membeli suatu barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan.					
2	SIMPANAN DAN PINJAMAN (SAVING AND BRROWING)					
	a. Saya lebih memilih menggunakan pinjaman untuk memenuhi keinginan belanja.					

	b. Saya cenderung menggunakan tabungan untuk keperluan konsumtif					
	c. Saya memilih berutang meskipun sebetulnya bisa menabung terlebih dahulu					
3	PROTEKSI (INSURANCE)					
	a. Saya lebih mementingkan belanja daripada menyiapkan dana perlindungan (asuransi).					
	b. Saya jarang mempertimbangkan risiko jangka panjang sebelum membeli barang.					
	c. Saya mengutamakan kesenangan jangka pendek dibanding perlindungan finansial.					

PERILAKU KONSUMTIF (X3)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	PEMBELIAN IMPULSIF					
	a. Saya mudah tergoda untuk membeli barang ketika melihat promo atau diskon.					
	b. Saya sering melakukan pembelian hanya karena tertarik pada tampilan atau iklan.					
	c. Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang yang menarik perhatian saya.					
2	PEMBOROSAN					
	a. Saya sering mengeluarkan uang untuk hal-hal yang kurang penting.					
	b. Saya merasa sering membelanjakan uang tanpa mempertimbangkan dampaknya.					
	c. Saya sering berbelanja melebihi rencana atau kebutuhan.					
3	MENCARI KESENYANGAN					
	a. Saya sering mengutamakan kesenangan jangka pendek dibandingkan pertimbangan keuangan.					

	b. Saya membeli barang untuk meningkatkan suasana hati meskipun tidak dibutuhkan					
	c. Saya membeli barang untuk mendapatkan rasa senang atau kepuasan pribadi.					

Lampiran 2 Output spss Uji Validitas dan Reabilitas

1.PERILAKU KEUANGAN (Y)

Correlations											
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,848**	,497**	,458*	,112	,077	,215	,019	,023	,664**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,011	,556	,684	,253	,920	,903	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,848**	1	,404*	,467**	,155	,071	,130	-,121	-,034	,613**
	Sig. (2-tailed)	,000		,027	,009	,415	,709	,495	,524	,858	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,497**	,404*	1	,841**	,430*	,328	,511**	,314	,263	,781**
	Sig. (2-tailed)	,005	,027		,000	,018	,077	,004	,091	,161	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,458*	,467**	,841**	1	,455*	,555**	,583**	,340	,303	,840**
	Sig. (2-tailed)	,011	,009	,000		,012	,001	,001	,066	,104	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Y.5	Pearson Correlation	,112	,155	,430*	,455*	1	,657**	,532**	,544**	,679**	,657**
	Sig. (2-tailed)	,556	,415	,018	,012		,000	,002	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	,077	,071	,328	,555**	,657**	1	,632**	,495**	,601**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,684	,709	,077	,001	,000		,000	,005	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	,215	,130	,511**	,583**	,532**	,632**	1	,830**	,698**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,253	,495	,004	,001	,002	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	,019	-,121	,314	,340	,544**	,495**	,830**	1	,662**	,553**
	Sig. (2-tailed)	,920	,524	,091	,066	,002	,005	,000		,000	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.9	Pearson Correlation	,023	-,034	,263	,303	,679**	,601**	,698**	,662**	1	,564**
	Sig. (2-tailed)	,903	,858	,161	,104	,000	,000	,000	,000		,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	,664**	,613**	,781**	,840**	,657**	,634**	,756**	,553**	,564**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,002	,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,834	9

2.PENGARUH FINTECH (X1)

Correlations											
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,819**	,687**	,849**	,788**	,229	,707**	,731**	,862**	,852**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,224	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,819**	1	,739**	,904**	,800**	,404*	,674**	,745**	,816**	,879**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,027	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,687**	,739**	1	,781**	,683**	,283	,577**	,704**	,721**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,130	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,849**	,904**	,781**	1	,889**	,287	,721**	,833**	,866**	,944**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,124	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,788**	,800**	,683**	,889**	1	,391*	,631**	,712**	,773**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,033	,000	,000	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,229	,404*	,283	,287	,391*	1	,398*	,291	,285	,417*
	Sig. (2-tailed)	,224	,027	,130	,124	,033		,029	,119	,127	,022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,707**	,674**	,577**	,721**	,631**	,398*	1	,822**	,823**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,029		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,731**	,745**	,704**	,833**	,712**	,291	,822**	1	,907**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,119	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,862**	,816**	,721**	,866**	,773**	,285	,823**	,907**	1	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,127	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,852**	,879**	,842**	,944**	,848**	,417*	,813**	,906**	,916**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,022	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,950	9

3.LITERASI KEUANGAN (X2)

Correlations											
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,522**	,732**	,671**	,518**	,603**	,532**	,541**	,631**	,751**
	Sig. (2-tailed)		,003	,000	,000	,003	,000	,002	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,522**	1	,463**	,667**	,514**	,556**	,722**	,533**	,696**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,003		,010	,000	,004	,001	,000	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,732**	,463**	1	,633**	,644**	,573**	,524**	,619**	,608**	,704**
	Sig. (2-tailed)	,000	,010		,000	,000	,001	,003	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,671**	,667**	,633**	1	,784**	,872**	,704**	,676**	,839**	,901**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,518**	,514**	,644**	,784**	1	,715**	,584**	,494**	,717**	,780**
	Sig. (2-tailed)	,003	,004	,000	,000		,000	,001	,005	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,603**	,556**	,573**	,872**	,715**	1	,661**	,565**	,834**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,000	,000		,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	,532**	,722**	,524**	,704**	,584**	,661**	1	,694**	,848**	,850**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,003	,000	,001	,000		,000	,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	,541**	,533**	,619**	,676**	,494**	,565**	,694**	1	,761**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002	,000	,000	,005	,001	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	,631**	,696**	,608**	,839**	,717**	,834**	,848**	,761**	1	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	,751**	,766**	,704**	,901**	,780**	,880**	,850**	,746**	,924**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	9

4.PERILAKU KONSUMTIF (X3)

Correlations											
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,438*	,543**	,459*	,491**	,479**	,379*	,273	,339	,533**
	Sig. (2-tailed)		,015	,002	,011	,006	,007	,039	,144	,067	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,438*	1	,550**	,865**	,436*	,600**	,742**	,547**	,511**	,696**

	Sig. (2-tailed)	,015		,002	,000	,016	,000	,000	,002	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,543**	,550**	1	,532**	,560**	,448*	,376*	,346	,394*	,575**
	Sig. (2-tailed)	,002	,002		,002	,001	,013	,040	,061	,031	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,459*	,865**	,532**	1	,569**	,696**	,857**	,638**	,487**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,002		,001	,000	,000	,000	,006	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	,491**	,436*	,560**	,569**	1	,503**	,553**	,524**	,570**	,620**
	Sig. (2-tailed)	,006	,016	,001	,001		,005	,002	,003	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	,479**	,600**	,448*	,696**	,503**	1	,717**	,724**	,536**	,681**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,013	,000	,005		,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	,379*	,742**	,376*	,857**	,553**	,717**	1	,792**	,666**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,039	,000	,040	,000	,002	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	,273	,547**	,346	,638**	,524**	,724**	,792**	1	,773**	,733**
	Sig. (2-tailed)	,144	,002	,061	,000	,003	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	,339	,511**	,394*	,487**	,570**	,536**	,666**	,773**	1	,724**
	Sig. (2-tailed)	,067	,004	,031	,006	,001	,002	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X3	Pearson Correlation	,533**	,696**	,575**	,751**	,620**	,681**	,829**	,733**	,724**	1
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,917	9

Tabel Uji Validitas dan Reliabilitas

A. PERILAKU KEUANGAN (Y)

No	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
MANAJEMEN ARUS KAS				
1	Y1	0,361	0,664	Valid
2	Y2	0,361	0,613	Valid
3	Y3	0,361	0,781	Valid
TABUNGAN				
4	Y4	0,361	0,840	Valid
5	Y5	0,361	0,657	Valid
6	Y6	0,361	0,634	Valid
INVESTASI				
7	Y7	0,361	0,756	Valid
8	Y8	0,361	0,553	Valid
9	Y9	0,361	0,564	Valid

B. PENGARUH *FINTECH* (X1)

No	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
MENINGKATKAN TRANSAKSI E-COMMERCE				
1	X1.1	0,361	0,852	Valid
2	X1.2	0,361	0,879	Valid
3	X1.3	0,361	0,842	Valid
PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DIGITAL				
4	X1.4	0,361	0,944	Valid
5	X1.5	0,361	0,848	Valid
6	X1.6	0,361	0,417	Valid
MENDAPATKAN KEMUDAHAN DAN EFISIENSI				
7	X1.7	0,361	0,813	Valid
8	X1.8	0,361	0,906	Valid
9	X1.9	0,361	0,916	Valid

C. LITERASI KEUANGAN(X2)

No	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
PENGETAHUAN KEUANGAN DASAR (BASIC FINANCIAL KNOWLADGE)				
1	X2.1	0,361	0,751	Valid
2	X2.2	0,361	0,766	Valid
3	X2.3	0,361	0,704	Valid
SIMPANAN DAN PINJAMAN (SAVING AND BRROWING)				
4	X2.4	0,361	0,901	Valid
5	X2.5	0,361	0,780	Valid
6	X2.6	0,361	0,880	Valid
PROTEKSI (INSRANCE)				
7	X2.7	0,361	0,850	Valid
8	X2.8	0,361	0,746	Valid
9	X2.9	0,361	0,924	Valid

D. PERILAKU KONSUMTIF(X3)

No	Indikator	R Tabel	R Hitung	Keterangan
PEMBELIAN IMPLUSIF				
1	X3.1	0,361	0,533	Valid
2	X3.2	0,361	0,696	Valid
3	X3.3	0,361	0,575	Valid
PEMBOROSAN				
4	X3.4	0,361	0,751	Valid
5	X3.5	0,361	0,620	Valid
6	X3.6	0,361	0,681	Valid
MENCARI KESENANGAN				
7	X3.7	0,361	0,829	Valid
8	X3.8	0,361	0,733	Valid
9	X3.9	0,361	0,724	Valid

UJI RELIABILITAS

No	Variabel	Cronbach Alpha	Reliabel	Keterangan
1	Fintech (Paylater) (X1)	>0,60	0,950	Reliabel
2	Literasi Keuangan (X2)	>0,60	0,942	Reliabel
3	Perilaku Konsumtif (X3)	>0,60	0,917	Reliabel
4	Perilaku Keuangan (Y)	>0,60	0,834	Reliabel

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH FINTECH (PAYLATER), LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN PERILAKU KEUANGAN MASYARAKAT (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)

Sungai Penuh, Desember 2024

D. PENDAHULUAN

Hal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Kepada Yth,

Calon Responden Penelitian Di Masyarakat Kec.Sungai Penuh

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan artikel sebagai salah satu syarat untuk mencapai Strata satu (S1) pada STIE-Sakti Alam kerinci, Saya :

Nama : Titania Aisha Noor Syahbani

Nim : 221062201069

Dengan ini, saya menyampaikan bahwa saya akan mengadakan penelitian dengan judul “ Pengaruh *Fintech (paylater)*, Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Sungai Penuh)“.

Untuk itu saya mengharapkan kesediaan Saudara/Saudari untuk menjadi responden dengan mengisi lembar kuesioner ini secara lengkap dan sebelumnya saya mohon maaf karena telah mengganggu waktu Saudara/Saudari. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga kerahasiaan akan saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Keterangan Kuesioner :

1. Dalam pengisian kuesioner, diharapkan saudara/saudari memperhatikan petunjuk yang tertera
 2. Tidak ada jawaban yang salah atau benar pada pilihan saudara/saudari, dan diharapkan memilih jawaban sesuai pendapat saudara/saudaro.
- Atas perhatian dan ketersediaan saudara/saudari meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimaakasih.

Sungai Penuh, Desember 2025
Hormat Saya,

Titania Aisha Noor Syahbani
Npm: 221062201069

E. KARAKTERISTIK RESPONDEN:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia
☐ < 20 tahun ☐ 20 – 30 tahun ☐ 31 – 40 tahun
☐ 41 – 50 tahun ☐ > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
☐ SD Sederajat ☐ SMP Sederajat ☐ SMA Sederajat
☐ S1 ☐ S2 ☐ S3
5. Pekerjaan :
☐ Mahasiswa/ Pelajar ☐ Wiraswasta
☐ PNS ☐ Lainnya

F. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bacalah baik-baik setiap pertanyaan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan dan jawablah seluruh pertanyaan tersebut dengan keadaan/kondisi yang sebenarnya. Pada masing masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala likert, yaitu :

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Kurang Setuju (KS)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

PERILAKU KEUANGAN (Y)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	MANAJEMEN ARUS KAS					
	d. Dengan <i>paylater</i> , saya bisa menunda pembayaran tanpa mengganggu arus kas saya					

	e. Paylater membuat saya lebih mudah mengatur pengeluaran jangka pendek					
	f. Saya memastikan pengeluaran saya tidak melebihi pendapatan bulanan.					
2	TABUNGAN					
	d. Saya memprioritaskan tabungan sebelum pengeluaran konsumtif.					
	e. Saya memiliki tujuan keuangan yang mendorong saya untuk menabung.					
	f. Saya rutin menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung.					
3	INVESTASI					
	d. Saya tertarik untuk melakukan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan.					
	e. Saya memahami manfaat investasi untuk meningkatkan kekayaan jangka panjang.					
	f. Saya memiliki pengetahuan dasar yang cukup tentang cara kerja investasi.					

PENGARUH FINTECH (X1)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	MENINGKATKAN TRANSAKSI E-COMMERCE					
	d. Saya lebih sering berbelanja online karena adanya layanan Paylater					
	e. Saya merasa lebih mudah melakukan pembelian di e-commerce ketika menggunakan Paylater					
	f. Ketersediaan Paylater meningkatkan frekuensi transaksi saya di platform e-commerce					
2	PENERIMAAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK DIGITAL					

	d. Saya merasa nyaman menggunakan layanan keuangan digital seperti Paylater					
	e. Saya merasa Paylater mudah dipahami dan digunakan dibandingkan metode pembayaran lainnya					
	f. Saya menerima dan mendukung penggunaan Paylater sebagai bagian dari inovasi teknologi keuangan.					
3	MENDAPATKAN KEMUDAHAN DAN EFISIENSI					
	d. Paylater memudahkan saya melakukan pembayaran tanpa harus menyediakan uang tunai secara langsung.					
	e. Penggunaan Paylater membuat proses belanja saya lebih efisien					
	f. Paylater memberikan fleksibilitas dalam mengatur waktu pembayaran					

LITERASI KEUANGAN (X2)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	PENGETAHUAN KEUANGAN DASAR (BASIC FINANCIAL KNOWLADGE)					
	d. Saya lebih mengikuti keinginan dibanding kebutuhan saat berbelanja.					
	e. Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan					
	f. Saya sering membeli suatu barang meskipun tidak terlalu dibutuhkan.					
2	SIMPANAN DAN PINJAMAN (SAVING AND BRROWING)					
	d. Saya lebih memilih menggunakan pinjaman untuk memenuhi keinginan belanja.					

	e. Saya cenderung menggunakan tabungan untuk keperluan konsumtif					
	f. Saya memilih berutang meskipun sebetulnya bisa menabung terlebih dahulu					
3	PROTEKSI (INSURANCE)					
	d. Saya lebih mementingkan belanja daripada menyiapkan dana perlindungan (asuransi).					
	e. Saya jarang mempertimbangkan risiko jangka panjang sebelum membeli barang.					
	f. Saya mengutamakan kesenangan jangka pendek dibanding perlindungan finansial.					

PERILAKU KONSUMTIF (X3)

No	Indikator Dan Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	PEMBELIAN IMPULSIF					
	d. Saya mudah tergoda untuk membeli barang ketika melihat promo atau diskon.					
	e. Saya sering melakukan pembelian hanya karena tertarik pada tampilan atau iklan.					
	f. Saya sulit menahan diri untuk tidak membeli barang yang menarik perhatian saya.					
2	PEMBOROSAN					
	d. Saya sering mengeluarkan uang untuk hal-hal yang kurang penting.					
	e. Saya merasa sering membelanjakan uang tanpa mempertimbangkan dampaknya.					
	f. Saya sering berbelanja melebihi rencana atau kebutuhan.					
3	MENCARI KESENANGAN					
	d. Saya sering mengutamakan kesenangan jangka pendek dibandingkan pertimbangan keuangan.					

	e. Saya membeli barang untuk meningkatkan suasana hati meskipun tidak dibutuhkan					
	f. Saya membeli barang untuk mendapatkan rasa senang atau kepuasan pribadi.					

Lampiran 4. Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574 ^a	.329	.294	5.48532

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	840.744	3	280.248	9.314	.000 ^b
Residual	1715.059	57	30.089		
Total	2555.803	60			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	15.607	3.771		4.139	.000			
1 X1	.397	.091	.479	4.359	.000	.516	.500	.473
X2	.095	.101	.119	.941	.351	.249	.124	.102
X3	.138	.104	.169	1.325	.191	.307	.173	.144

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 5. Tabel R dan T

TABEL R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790

28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611

79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

TABEL T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034

28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463

69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258