

The Influence Of Financial Literacy, Investment Decisions, And Consumptive Levels On The Use Of Seabank Financial Applications On Students Of The Faculty Of Social Sciences

Pengaruh Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, Dan Tingkat Konsumtif Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan Seabank Pada Mahasiswa Fakultas Sosial Sains

Julia Nuraisyah ¹⁾, Pipit Buana Sari ²⁾, Geby Citra Ananda ³⁾

^{1,2,3)} *Management Study Program, Universitas Pembangunan Panca Budi*

Email: ¹⁾ nuraisyahjulia@mahasiswa.pncabudi.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received [28 Juli 2026]

Revised [19 Oktober 2026]

Accepted [20 Oktober 2026]

KEYWORDS

Consumptive Behavior, Financial Literacy, Investment Decisions, Seabank, Student Of The Faculty Social Sciences.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, keputusan investasi, dan tingkat konsumtif baik secara parsial maupun simultan terhadap penggunaan aplikasi keuangan SeaBank pada mahasiswa fakultas sosial sains universitas pembangunan panca budi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif melalui kuesioner online terhadap 92 sampel mahasiswa (rumus Slovin, accidental sampling). Analisis data menggunakan regresi linear berganda berbasis SPSS 25. Hasil pengujian menunjukkan model lolos uji asumsi klasik. Secara parsial dan simultan, ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi SeaBank. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pemahaman keuangan penting bagi mahasiswa untuk mengoptimalkan investasi digital dan mengendalikan perilaku konsumtif.

ABSTRACT

The research aims to analyze the partial and simultaneous effects of financial literacy, investment decisions, and consumption levels on the use of the SeaBank financial application among students of the Faculty of Social Sciences, Universitas Pembangunan Panca Budi. This study employs a quantitative method utilizing online questionnaires distributed to a sample of 92 students, selected through the Slovin formula and accidental sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression via SPSS 25 software. The results indicate that the regression model successfully passed the classical assumption tests. Furthermore, both partially (t-test) and simultaneously (F-test), all three variables have a positive and significant effect on the use of the SeaBank application. This study concludes that enhancing financial literacy is crucial for students to optimize digital investment features while controlling impulsive consumptive behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan Financial Technology (Fintech) telah mendorong transformasi layanan perbankan menuju sistem digital yang lebih efisien dan mudah diakses. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah bank digital, yaitu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai aktivitas keuangan melalui aplikasi tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Kehadiran bank digital memberikan berbagai kemudahan, seperti transfer dana, pembayaran, tabungan, hingga pengelolaan keuangan secara efisien. Mahasiswa sebagai kelompok yang akrab dengan teknologi digital menjadi salah satu pengguna potensial layanan perbankan digital, termasuk aplikasi SeaBank.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen 1991), perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks penggunaan aplikasi keuangan digital, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengambil keputusan keuangan secara rasional, termasuk dalam mengelola tabungan, menentukan investasi, serta mengendalikan perilaku konsumsi. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi keuangan digital seharusnya dapat mendukung pengelolaan keuangan yang lebih efektif dan meningkatkan kesejahteraan keuangan pengguna. Namun, kemajuan teknologi keuangan belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan kualitas perilaku keuangan masyarakat. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5%. Sementara itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih sebesar 49,68%. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya akses terhadap teknologi digital dan kemampuan masyarakat dalam mengelola keuangan secara optimal.

SeaBank merupakan salah satu bank digital yang terintegrasi dengan ekosistem Shopee sehingga memberikan kemudahan dalam berbagai transaksi keuangan. Selain berfungsi sebagai sarana pembayaran digital, SeaBank juga menyediakan fasilitas penyimpanan dana yang dapat dimanfaatkan pengguna untuk mengelola keuangan secara lebih produktif. Namun, kemudahan transaksi yang ditawarkan juga berpotensi memengaruhi perilaku keuangan pengguna. Menurut (Thaler 1999), konsep mental accounting menjelaskan bahwa individu sering kali mengalokasikan dan menggunakan uang berdasarkan persepsi tertentu. Kemudahan pembayaran dan berbagai promosi yang tersedia dapat mendorong perilaku konsumtif sehingga penggunaan aplikasi keuangan tidak selalu berorientasi pada pengelolaan keuangan yang sehat.

Fenomena tersebut didukung oleh hasil pra-survei terhadap 30 mahasiswa Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Hasil survei menunjukkan bahwa 60% responden menggunakan SeaBank karena kemudahan transaksi. Namun, sebanyak 63% responden belum memanfaatkan fitur bunga tabungan secara optimal. Selain itu, 76% responden belum tertarik menggunakan SeaBank sebagai sarana pengelolaan dana, sedangkan 54% responden mengaku sering melakukan pembelian karena adanya promosi produk non-primer. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan SeaBank masih lebih banyak dimanfaatkan sebagai alat transaksi dibandingkan sebagai sarana pengelolaan keuangan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Setiaji 2024) berfokus pada penggunaan Shopee PayLater pada mahasiswa Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi dan belum mengkaji penggunaan aplikasi SeaBank serta variabel keputusan investasi. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan menguji pengaruh Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Tingkat Konsumtif terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai perilaku penggunaan layanan perbankan digital serta menjadi referensi bagi pengembangan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

LANDASAN TEORI

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behaviour (TPB)* yang dikembangkan oleh (Ajzen 1991) dalam (Seni et, al 2017) yang mengasumsikan bahwa manusia berperilaku secara sadar berdasarkan niat (*behavioral intention*) yang ditentukan oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) (Jogiyanto 2008). Dalam konteks penelitian ini, tindakan mahasiswa dalam Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank diposisikan sebagai perilaku akhir (*behavior*). Berdasarkan asumsi TPB bahwa individu mempertimbangkan segala informasi yang tersedia, tingkat Literasi Keuangan bertindak sebagai basis informasi utama yang membentuk sikap rasional mahasiswa terhadap kegunaan bank digital. Sementara itu, faktor kontrol perilaku persepsian dalam ekosistem SeaBank diwakili oleh dinamika antara motivasi melakukan Keputusan Investasi melalui fitur bunga harian, melawan besarnya stimulus teknologi yang dapat memicu Tingkat Konsumtif akibat adanya integrasi instan dengan platform *e-commerce* Shopee. Dengan demikian, melalui lensa TPB, optimalisasi pemanfaatan SeaBank—apakah mengarah pada pengelolaan aset produktif atau sekadar pemenuhan transaksi operasional jangka pendek—sangat bergantung pada sejauh mana literasi keuangan dan keputusan investasi mahasiswa mampu bertindak sebagai kontrol perilaku dalam menekan kecenderungan konsumtif yang ditawarkan oleh kemudahan fintech tersebut.

Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank

Penggunaan aplikasi keuangan atau *Financial Technology (Fintech)* mempresentasikan integrasi teknologi dan ekonomi yang mempermudah urusan finansial secara *online* karena dinilai lebih efisien, cepat, dan praktis (Darmika 2021). Dalam penelitian ini, implementasi fintech diposisikan pada variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank pada mahasiswa. Karakteristik SeaBank yang menawarkan kepraktisan transaksi harian sekaligus fitur pertumbuhan dana menciptakan dinamika perilaku yang kompleks. Tingkat efisiensi aplikasi ini pada akhirnya akan direspons secara berbeda oleh mahasiswa, di mana optimalisasi fiturnya—apakah digunakan secara produktif untuk mendukung Keputusan Investasi atau justru memicu Tingkat Konsumtif karena kemudahan belanja—akan sangat ditentukan oleh kuatnya fondasi Literasi Keuangan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Adapun instrumen penelitian ini mengacu pada indikator, (Prastika 2019), Meliputi: 1. Kecepatan, 2. Efisiensi Sistem 3. Kemudahan Aksesibilitasnya.

Literasi Keuangan

Penelitian terdahulu oleh (Hijir 2022) mengonfirmasi bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku pengadopsian layanan *financial technology*. Atas dasar tersebut, literasi keuangan dihipotesiskan berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank. Pemahaman konsep keuangan yang mendalam menjadi modal utama bagi mahasiswa untuk mengambil keputusan alokasi dana secara efektif lewat platform digital.



Melalui peningkatan literasi finansial, intensitas dan efektivitas penggunaan SeaBank di kalangan mahasiswa akan semakin meningkat karena mereka mampu mengoptimalkan fitur pertumbuhan dana (seperti Keputusan Investasi secara bijak sekaligus memitigasi risiko keuangan yang memicu Tingkat Konsumtif.

Adapun instrumen Literasi Keuangan pada penelitian ini mengacu pada indikator, (Muflikhati, I., Johan 2024), Meliputi: 1. Pemahaman Keuangan, merujuk pada pemahaman individu terhadap konsep-konsep dasar keuangan. 2. Sikap Keuangan, yang dimana keterampilan dalam merencanakan, membuat, dan mengatur anggaran pengeluaran serta pemasukan secara efektif untuk menjaga keseimbangan keuangan pribadi. 3. Perilaku Keuangan, merupakan implementasi nyata dan pengetahuan dan sikap keuangan antara menyusun anggaran, konsistensi, menabung dan menyiapkan dana darurat, serta kebiasaan membandingkan produk atau jasa keuangan sebelum memutuskan penggunaannya.

Keputusan Investasi

Penelitian terdahulu oleh (Azhar 2024) menunjukkan bahwa minat investasi digital berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan keuangan, menjadi landasan bahwa Keputusan Investasi akan meningkatkan Penggunaan Aplikasi SeaBank. Kehadiran fitur unggulan berupa suku bunga tinggi yang cair setiap hari dirancang spesifik untuk menarik minat investasi mikro di kalangan mahasiswa. Orientasi aset yang kuat mendorong mahasiswa lebih sering mengakses aplikasi guna memantau pertumbuhan dana secara *real-time*. Aktivitas finansial ini secara langsung memperkuat frekuensi dan ketergantungan dalam memanfaatkan platform sebagai media penunjang keputusan keuangan, sehingga keputusan investasi terbukti berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi SeaBank.

Instrumen untuk menentukan keputusan investasi dalam penelitian ini berdasarkan indikator-indikator yang telah diidentifikasi oleh (Ainun 2021) dan mencakup: 1. Rasionalitas: Proses pengambilan keputusan yang ditandai oleh strategi yang sistematis dan terencana serta memiliki arah masa depan yang jelas. 2. Intuisi: Gaya pengambilan keputusan yang ditandai oleh kecenderungan untuk mengambil keputusan dengan cepat, tanpa analisis mendalam atau pengumpulan informasi yang luas. 3. Ketergantungan: Gaya pengambilan keputusan di mana tanggung jawab diserahkan kepada orang lain; Dengan kata lain, ini melibatkan sikap yang bergantung pada keputusan individu yang dianggap sebagai otoritas yang tinggi.

Tingkat Konsumtif

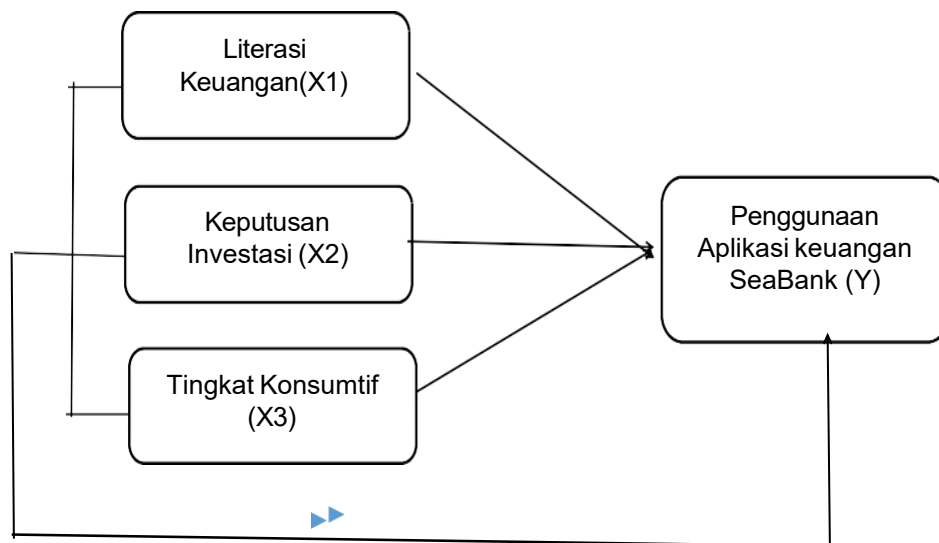
(Kumala, R., & Mutia 2020) menyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi keuangan digital berkaitan erat dengan perilaku konsumtif dan gaya hidup, yang mengindikasikan bahwa Tingkat Konsumtif (X3) berpengaruh positif terhadap Penggunaan Aplikasi SeaBank. Kemudahan transaksi dalam ekosistem digital sering kali memicu perilaku belanja yang lebih tinggi, sehingga mahasiswa dengan tingkat konsumsi besar akan lebih sering berinteraksi dengan aplikasi untuk pembayaran atau transfer. Dorongan memenuhi kebutuhan gaya hidup melalui fitur praktis SeaBank inilah yang meningkatkan intensitas dan frekuensi penggunaan aplikasi tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Adapun instrumen Tingkat Konsumtif pada penelitian ini mengacu pada indikator, (Haq, A., & Iswandi 2022), Meliputi: 1. Pembelian Implusif, tindakan membeli yang dilakukan secara tiba-tiba. 2. Pembelian tidak rasional, perilaku konsumen dalam melakukan transaksi bukan untuk memenuhi fungsi praktis suatu barang, melainkan demi mencari pemuasan diri, kesenangan. 3. Pemborosan atau berlebih, setiap individu menghamburkan dana dalam jumlah besar untuk mengakumulasi barang yang sudah dimiliki. 4. Budaya dan watak, budaya merujuk pada nilai-nilai yang menempatkan pada status sosial dan gengsi sebagai prioritas utama. Watak mencakup kecenderungan psikologis seseorang yang mudah terpengaruhi oleh tren rentan terhadap diskon.

Hubungan Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Tingkat Konsumtif Terhadap Penggunaan Aplikasi SeaBank

Penggunaan Aplikasi SeaBank (Y) pada mahasiswa Fakultas Sosial Sains dipicu oleh interaksi antara Literasi Keuangan (X1), Keputusan Investasi (X2), dan Tingkat Konsumtif (X3). Ketiga faktor ini menentukan apakah mahasiswa mengakses aplikasi untuk tujuan produktif seperti membangun aset melalui bunga harian, atau sekadar sarana belanja impulsif akibat kemudahan transaksi digital. Oleh karena itu, intensitas penggunaan aplikasi menjadi cermin perilaku keuangan yang menggambarkan tarik-menarik antara kecerdasan finansial, harapan pendapatan tambahan, dan tekanan gaya hidup. Kerangka ini bertujuan menguji variabel yang paling dominan dalam membentuk perilaku pengguna di era perbankan digital, serta sejauh mana literasi keuangan mampu berperan sebagai pengendali di tengah kuatnya dorongan keputusan investasi dan tingkat konsumtif.

Gambar 1 Kerangka Konseptual



Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank.

H2 : Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank.

H3 : Tingkat Konsumtif berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank.

H4 : Literasi keuangan, Keputusan investasi, dan Tingkat Konsumtif secara simultan berpengaruh terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan penelitian ini untuk menguji variabel independen (Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Tingkat Konsumtif) terhadap variabel dependen (Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa fakultas sosial sains universitas pembangunan panca budi angkatan 22 yang berjumlah 1.149 orang. Berdasarkan pandangan (Moningkey & Wahyuni 2023), sampel adalah bagian dari populasi terjangkau, yaitu kelompok individu dengan karakteristik tertentu yang memenuhi kriteria peneliti. Mengingat jumlah populasi yang besar, penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh hasil sebesar 91,99 yang kemudian dibulatkan menjadi 92 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, di mana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang tersebut dipandang cocok dan memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan merupakan data primer yang bersumber dari kuesioner berisi pernyataan-pernyataan penelitian yang didistribusikan secara online kepada responden yang masuk kriteria penelitian. Penelitian ini menggunakan skala likert sebagai alat ukur variabel.

Definisi Operasional

Penelitian ini disusun untuk memberikan batasan yang jelas pada setiap variabel agar dapat diukur secara konsisten, di mana pengembangan instrumen untuk variabel Penggunaan Aplikasi Keuangan (Y) dilakukan dengan mengadopsi rujukan dari (Prastika 2019). Selanjutnya, variabel Literasi Keuangan (X1) diukur dengan mengacu pada kerangka teori dari muflikhati et al (2024), sementara variabel Keputusan Investasi (X2) dikembangkan berdasarkan instrumen penelitian milik Nur Asri Ainun (2021). Terakhir, untuk variabel Tingkat Konsumtif (X3), pengukuran dilakukan dengan mengadopsi sumber referensi dari (Haq, A., & Iswandi 2022).

Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis menggunakan pendekatan statistik kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui

Apakah estimasi hasil regresi yang dilakukan benar-benar memiliki makna atau tidak. Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis menggunakan regresi linier berganda, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengukur sejauh mana variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial (uji-t) untuk merangsang pengaruh setiap variabel independen secara individu, serta uji-F untuk menilai pengaruh secara bersamaan dari variabel independen. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk menilai sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi dalam penggunaan SeaBank.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan paling dominan terhadap penggunaan aplikasi SeaBank t_{hitung} 5,097 dan signifikan $0,000 < 0,05$, yang berarti semakin tinggi pemahaman keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi pula penggunaan aplikasi tersebut. Jika dijelaskan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), kecerdasan finansial ini berfungsi sebagai pembentuk sikap (*attitude*) yang positif sekaligus memperkuat kontrol diri (*perceived behavior control*) mahasiswa dalam memegang uang. Pengetahuan yang matang membuat mahasiswa berpikir logis, sehingga niat (*behavioral intention*) mereka saat membuka aplikasi benar-benar diarahkan untuk tindakan yang produktif. Mahasiswa dengan literasi tinggi secara aktif menggunakan SeaBank bukan karena lapar mata atau sekadar ikut tren belanja, melainkan karena mereka paham betul cara memaksimalkan fitur tabungan, efisiensi transfer, dan manajemen kas harian. Hal ini sejalan dengan penelitian (Muflikhati, I., Johan 2024) yang menegaskan bahwa ketika pemahaman keuangan seseorang berada pada level yang baik, kontrol internal mereka akan mendorong pemanfaatan layanan *fintech* secara lebih bijak, efektif, dan terukur demi mencapai stabilitas keuangan yang sehat.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi SeaBank t_{hitung} sebesar 2,901 dan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik keputusan investasi mahasiswa, maka semakin tinggi pula penggunaan aplikasi tersebut. Jika dijelaskan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB), dorongan ini muncul karena mahasiswa memiliki sikap (*attitude*) yang fokus pada masa depan serta kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) yang baik dalam mengelola keuangan. Mahasiswa yang sudah memiliki rencana investasi digital akan melihat fitur bunga harian tinggi di SeaBank sebagai peluang yang sangat menguntungkan secara rasional. Persepsi keuntungan ini memperkuat niat (*behavioral intention*) mereka untuk terus membuka aplikasi, baik untuk menyimpan modal maupun memantau pertumbuhan uang mereka setiap hari. Jadi, mereka menggunakan aplikasi ini untuk tindakan yang produktif. Hal ini sejalan dengan penelitian Nur Asri Ainun (2021) yang menyatakan bahwa ketika fokus mahasiswa bergeser untuk mengamankan aset jangka panjang, maka ketertarikan mereka pada instrumen keuangan digital otomatis akan mendorong intensitas penggunaan aplikasi *fintech* tersebut.

Pengaruh Tingkat Konsumtif terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan aplikasi SeaBank t_{hitung} 2,125 dan signifikan $0,036 < 0,05$, artinya tingginya konsumsi mahasiswa secara linear menaikkan aktivitas penggunaan aplikasi. Yang dimana integrasi instan dengan Shopee yang secara psikologis melonggarkan kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) mahasiswa saat mengeluarkan uang. Alasan utama mahasiswa menggunakan aplikasi ini bukanlah untuk tujuan produktif dalam mengelola dana jangka panjang, melainkan murni memanfaatkan SeaBank sebagai dompet digital dan alat pembayaran praktis demi berburu promosi serta memfasilitasi kebutuhan belanja *online*. Ditinjau dari lensa *Theory of Planned Behavior*, kemudahan bertransaksi tanpa batas ini mengikis niat rasional mahasiswa sehingga dorongan gaya hidup yang impulsif langsung berubah menjadi tindakan ekonomi yang konsumtif.

Fenomena ini sejalan dengan penelitian (Kumala & Mutia 2020) yang menyebutkan bahwa ketika kemudahan teknologi perbankan digital lebih dominan daripada kontrol keuangan internal dari dalam diri, tingginya tuntutan gaya hidup otomatis akan meningkatkan ketergantungan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi hanya sebagai alat transaksi operasional jangka pendek.

Pengaruh Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Tingkat Konsumtif Terhadap Penggunaan Aplikasi Keuangan SeaBank

Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) membuktikan bahwa Literasi Keuangan, Keputusan Investasi, dan Tingkat Konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Aplikasi SeaBank dengan nilai $F_{hitung} 62,740 > F_{tabel} 2,71$ serta nilai $Sig. 0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis H4 diterima yang artinya jika ketiga faktor tersebut meningkat, maka frekuensi mahasiswa dalam memakai SeaBank juga akan otomatis naik. Angka $R Square$ sebesar 0,681 juga menunjukkan bahwa kombinasi dari literasi keuangan, keputusan investasi, dan sifat konsumtif ini menyumbang pengaruh sebesar 68,1% terhadap penggunaan aplikasi, sementara 31,9% sisanya dipengaruhi oleh alasan lain di luar penelitian ini. Jika dijelaskan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB), pengaruh yang besar ini terjadi karena aktivitas mahasiswa dalam menggunakan perbankan digital merupakan hasil perpaduan antara dorongan situasi dan kontrol dari dalam diri. Di satu sisi, tingkat konsumtif untuk memenuhi gaya hidup instan lewat Shopee (Haq, A., & Iswandi 2022) serta keputusan investasi untuk mengamankan uang di masa depan (Nur Asri Ainun, 2021) menjadi pemicu niat (*behavioral intention*) yang kuat bagi mahasiswa untuk membuka aplikasi. Namun, di sisi lain, literasi keuangan muncul sebagai faktor yang paling dominan karena berfungsi sebagai kontrol perilaku persepsian (*perceived behavior control*) utama di mana sejalan dengan penelitian Muflikhati et al. (2024), mahasiswa yang punya pemahaman keuangan matang akan memakai logikanya sebagai penyaring untuk mengerem sifat boros dan langsung mengalihkan fungsi SeaBank demi hal yang lebih bermanfaat seperti mengatur kas harian, efisiensi transfer, atau mengembangkan modal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan adanya kontradiksi menarik pada perilaku mahasiswa, di mana dorongan belanja (tingkat konsumtif) dan kesadaran masa depan (keputusan investasi) sama-sama kuat dalam mendorong intensitas penggunaan aplikasi SeaBank. Integrasi instan antara SeaBank dan ekosistem.

Shopee secara kritis terbukti melonggarkan kontrol diri mahasiswa, sehingga aplikasi ini sering kali terjebak hanya sebagai alat transaksi atau dompet digital praktis untuk memenuhi gengsi gaya hidup. Namun, temuan kunci penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan hadir sebagai faktor paling dominan yang bertindak sebagai "rem internal". Dengan kecerdasan finansial yang matang, mahasiswa mampu membalikkan ketergantungan teknologi tersebut—dari yang semula sekadar memicu sifat boros, menjadi dialihkan secara bijak untuk mengoptimalkan fitur pertumbuhan aset dan investasi digital demi mencapai stabilitas keuangan yang sehat.

Saran

- 1) Bagi mahasiswa, diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan agar lebih bijak dalam menggunakan aplikasi keuangan, khususnya dalam mengelola pengeluaran, menabung, dan mengambil keputusan investasi
- 2) Bagi pihak universitas pembangunan panca budi, diharapkan dapat memberikan edukasi dan pelatihan mengenai literasi keuangan digital kepada mahasiswa agar penggunaan aplikasi keuangan tidak hanya digunakan untuk kebutuhan konsumtif, tetapi juga mendukung pengelolaan keuangan yang sehat.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi penggunaan aplikasi keuangan digital, seperti kemudahan penggunaan, promosi digital, dan kepercayaan agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N. A. 2021. "Analisis Gaya Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa (Tinjauan Gaya Rasional, Intuisi, dan Ketergantungan Otoritas) [Skripsi, Universitas Megarezky]." *Repository Kampus Digital Indonesia*.
- Ajzen, I. 1991. "The theory of planned behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179–211.
- Azhar, Z. I. 2024. "Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap investasi reksadana syariah pada aplikasi Shopee di Kota Makassar." *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Ananda, Geby Citra, dan Zuhri Ramadhan. 2024. "Financial Literacy in Generation Z (Case Study on Students of SMA Panca Budi Medan)" 2 (2): 1515–25.
- Ananda, Geby Citra, Annisa Ilmi Faried, Maya Syaula, dan Irvan Malay. 2023. "The Effect of Financial Literacy and Financial Technology on Financial Performance (Case Study : Desa Kebun Kelapa)" 1 2): 81–93.
- Amelia, Fahkraini, Pipit Buana Sari, dan Geby Citra Ananda. 2026. "The Influence Of Digital Financial Literacy , Self Control , And Financial Behavior On The Consumptive Behavior Of Gen Z QRIS Users In Medan City Pengaruh Literasi Keuangan Digital , Self Control , dan Financial Behavior terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Pengguna QRIS di Kota Medan" 5 (2): 699–708.
- Dwilita, Handriyani, dan Pipit Buana Sari. n.d. "Analisis Pengelolaan Keuangan Keluarga dan Literasi Keuangan Wanita di Dusun 20 Desa Klambir Lima Kebun Analysis of Family Financial Management and Women ' s Financial Literacy in Dusun 20 Klambir Lima Kebun Village" 1 (3): 184–97.
- Darmika, I. K. 2021. "Perkembangan dan Implementasi financial technology dalam transaksi keuangan online." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Ghozali, I. 2018. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)." *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Haq, A., & Iswandi, M. 2022. "Analisis perilaku konsumtif mahasiswa dalam penggunaan platform e-commerce dan financial technology." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Hijir, M. 2022. "Pengaruh literasi keuangan terhadap tingkat pengadopsian layanan financial technology di kalangan pelaku usaha dan akademisi." *Jurnal Bisnis Digital*.
- Jogiyanto, H. M. 2008. "Sistem Informasi Keperilakuan." *Penerbit Andi*.
- Kumala, R., & Mutia, T. 2020. "Pemanfaatan aplikasi keuangan digital, gaya hidup, dan hubungannya dengan tingkat konsumtif masyarakat modern." *Jurnal Riset Manajemen*.
- Moningkey, R., & Wahyuni, S. 2023. "Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Ilmu Sosial." *Penerbit Ilmu Aksara*.
- Muflikhati, I., Johan, I. R. 2024. "Pengaruh literasi keuangan masyarakat terhadap minat berinvestasi dan upaya pembinaannya." *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia* 10(2): 779–89.
- Prastika, D. 2019. "Faktor-faktor yang mempengaruhi Efisiensi dan Kemudahan Aksesibilitas Aplikasi Keuangan Digital." *Jurnal Teknologi Informasi Finansial*.
- Sari, Pipit Buana, Maya Macia Sari, Yunita Sari Rioni, dan Julia Nuraisyah. n.d. "Analysis of Digital Marketing and Financial Literacy on Increasing the Income of MSMEs in Pematang Serai Village, Langkat Pipit Buana Sari, Maya Macia Sari, Yunita Sari Rioni, Julia Nuraisyah," 741–54.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. 2017. "Theory of planned behavior untuk memprediksi niat berinvestasi." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 21(3): 2268–94.

Setiaji, T. 2024. "Analisis Financial Literacy Dan Lifestyle Terhadap Fintech Payment Pada Penggunaan Shopeepaylater (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen)." *Universitas Pembangunan Panca Budi*.

Thaler, R. H. 1999. "Mental accounting matters." *Journal of Behavioral Decision Making* 12(3): 183–206.