**NASKAH PUBLIKASI SKRIPSI**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI KEUANGAN TERHADAP MINAT BELANJA DI *E-COMMERCE***

(Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah)

**Miky Setyorini1\***

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

\*Email: [rinimiky@gmail.com](mailto:rinimiky@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan teknologi keuangan terhadap minat belanja di *e-commerce.* Objek penelitian ini adalah pengguna aplikasi *e-commerce* di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah dan pernah melakukan transaksi minimal satu kali. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan Teknik pengambilan sampel *purposive sampling.* Data diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukan (1) literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja di *e-commerce*. (2) teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap minat belanja di *e-commerce.* Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perlu dilakukannya sosialisasi tentang prioritas kebutuhan, pengelolaan keuangan yang baik dan pemanfaatan kehadiran teknologi keuangan dengan bijak agar dapat menekan tingginya minat berbelanja.

Kata kunci : literasi keuangan, teknologi keuangan, minat belanja

**PENDAHULUAN**

Pada era digital saat ini, cenderung manusia menginginkan kemudahan dalam melakukan aktivitas sehari-harinya tidak terkecuali aktivitas berbelanja. Saat ini kemudahan berbelanja bias didapatkan. Sebab, aktivitas jual beli kini bisa dilakukan secara *online* melalui media elektronik atau sering disebut *Electronic Commerce.* Konsumen bisa memilih barang atau jasa yang diinginkan dari manapun melalui *marketplace* yang tersedia di *e-commerce* dan konsumen bisa membayar tagihan belanja dari rumah dengan kemajuan teknologi keuangan saat ini. Tidak dipungkiri perilaku konsumtif dan minat belanja penduduk Indonesia yang tinggi membuat *e-commerce* Indonesia akan terus berkembang dan menempatkan Indonesia menjadi pasar terbesar di Asia Tenggara.

Minat beli dapat dilihat dari banyak sedikitnya keinginan seseorang (dalam hal ini pengguna *e-commerce*) menjadikan belanja *online* sebagai tujuan utama transaksi mencari barang atau objek yang dibutuhkan sehari-hari dan menjadikan *e-commerce* sebagai referensi harga dikala konsumen berbelanja langsung. Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi Shopee karena merupakan aplikasi yang paling ramai diakses pada tahun 2020 menurut Iprice. Fenomena ini menunjukan bahwa penduduk Indonesia rata-rata menggunakan Shopee sebagai alternatif berbelanja *online.*

Pengeluaran keuangan pribadi pada hakikatnya hak setiap individu, semakin baik dalam pengelolaan semakin sehat pula keuangan tersebut. Maka dari itu diperlukan literadi keungan agar setiap individu dapat memikirkan kebutuhan mana yang lebih penting, membuat skala prioritas dan mengelola keuangan dengan bijak. Tingginya keputusan untuk berbelanja di *e-commerce* dapat didukung karena munculnya teknologi keuangan yang sering kita sebut *fintech.* Teknologi keuangan hadir memberikan kemudahan seseorang untuk membayar dan melunasi tagihan belanja dari manapun.

**RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di Kabupaten Klaten ?
2. Apakah teknologi keuangan berpengaruh terhadap minat belanja di *e-commerce* di Kabupaten Klaten ?

**LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

1. **Landasan Teori**
2. **Teori Perkembangan Masa Hidup**

Teori perkembangan masa hidup atau *life-span development* adalah studi ilmiah yang mempelajari tentang bagaimana proses setiap individu berubah atau berkembang baik secara fisik, kehidupan sosial, psikologi, termasuk dampak dari hubungan dengan keluarga dan teman sebaya.

1. **Literasi Keuangan**
2. **Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan dari pemasukan hingga pengeluaran. Semakin pandai akan memahami keuangan ,terampil dalam mengelola keuangan maka kesejahteraan keuangan dapat dicapai.

1. **Indikator Literasi Keuangan**

Menurut Widiyati (2012), indicator literasi keuangan seperti berikut :

1. Mencari pilihan dalam berkarir.
2. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi gaji bersih
3. Mengenal sumber-sumber pendapatan
4. Menjelaskan bagaimana mencapai kesejahteraan dan memenuhi tujuan keuangan
5. Memahami anggaran menabung
6. Memahami asuransi
7. Menganalisis risiko, pengembalian, dan likuiditas
8. Mengevaluasi alternatif-alternatif investasi
9. Memahami pengaruh inflansi terhadap kondisi keuangan
10. Menganalisis keuntungan dan kerugian berhutang
11. Menjelaskan tujuan dari rekam jejak kredit mengenai hak-hak debitur
12. Mendiskripsikan cara-cara menghindari atau memperbaiki masalah hutang
13. Mengetahui peraturan atau undang-undang yang mengatur perlindungan konsumen dalam kredit dan hutang
14. Mampu membuat pencatatan keuangan
15. Memahami laporan neraca laba rugi dan arus kas.
16. **Teknologi Keuangan**
17. **Pengertian Teknologi Keuangan**

Teknologi keuangan menurut The National Digital Research Centre (NDRC) adalah suatu gebrakan baru pada sektor keuangan dalam pelayanan lembaga keuangan non bank yang memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat utama menarik konsumen.

1. **Indikator Teknologi Keuangan**

Indikator keberhasilan sebuah sistem informasi dalam hal ini adalah teknologi keuangan menurut Silalahi & Pramdia (2018) :

1. Kualitas sistem
2. Kualitas informasi
3. Kualitas layanan
4. Intensitas pengguna
5. Kepuasan pengguna
6. Manfaat bersih
7. **Minat Beli atau Minat Belanja**
8. **Pengertian Minat Beli atau Minat Belanja**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat beli terdiri dari kata minat dan beli, kata minat adalah kecenderungan hati yang tinggi, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Sedangkan, kata beli adalah memperoleh sesuatu dengan penukaran atau pembayaran dengan uang.

1. **Indikator Minat Beli atau Minat Belanja**
2. Minat Transaksional
3. Minat Referensial
4. Minat Prefensial
5. Minat Eksploratif
6. ***E-Commerce***
7. **Pengertian *E-Commerce***

Menurut E. Turban, David K, J.Lee, T. Liang, D. Turban (2012,p38) menyebutkan *e-commerce* adalah segala sesuatu yang mencangkup proses pembeliian, penjualan, transfer atau barter dengan barang atau jasa yang disetujui, layanan, informasi yang diberikan melalui jaringan computer yang didalamnya termasuk internet.

1. **Indikator *E-Commerce***
2. Kemudahan penggunaan
3. Kompleksitas transaksi
4. **Penelitian Terdahulu**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan ttopik ini, antara lain :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Nama | Judul |
| 1 | Rika Wahyuni, Hadi Irfan, Isna Asyri Syahrina dan Rina Mariana (2019) | Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. |
| 2 | Rafif Akram (2020) | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Efektivitas, Risiko, dan Tingkat Pendapatan Dalam Menggunakan *Fintech* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti. |
| 3 | Siti Erna Purnama Wati (2020) | Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. |
| 4 | Fuad Abdul Fattah, dkk (2018) | Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar |
| 5 | Ali Mujahidin dan Rika Pristian (2020) | Pengaruh *Fintech E-Wallet* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial |
| 6 | Laila Ramadani (2016) | Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (*E-Money*) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. |
| 7 | Ayun Romadhoniyah dan Khasan Setiaji (2020) | Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. |

1. **Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dapat disusun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja Di *E-Commerce***

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

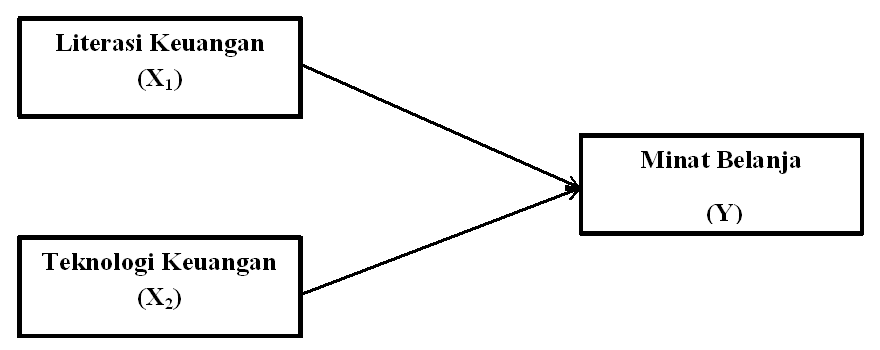
**H1 : Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja di *e-commerce* di Kabupaten Klaten.**

1. **Pengaruh Teknologi Keuangan Terhadap Minat Belanja Di *E-Commerce***

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

**H2 : Teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap minat belanja di *e-commerce* di Kabupaten Klaten.**

Berdasarkan hipotesis tersebut, maka dapat dibuat kerangka berfikir sebagai berikut:



**Gambar 2.1** Kerangka Berfikir

**METODE PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Ahyar et al., (2020) pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berfokus terhadap pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat antara variabel.

1. **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi *e-commerce* di kabupaten Klaten, Jawa Tengah dan pernah melakukan transaksi di *e-commerce* minimal satu kali.

1. **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah yang merupakan pengguna aplikasi *e-commerce* . Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pengambilan sampel sebagai berikut :

1. Masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah
2. Memiliki atau sebagai pengguna apalikasi *e-commerce* (terutama aplikasi Shopee)
3. Pernah mengunjungi aplikasi *e-commerce* untuk bertransaksi.

Berdasarkan perhitungan menggunalan representative menurut Hair et al (2010) peneliti memilih menghitung 6 x 25 (jumlah indikator) yakni sampel yang didapatkan sebesar 150 orang.

1. **Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yang menjadi sumber data adalah hasil dari penyebaran kuisioner kepada responden yang memenuhi kriteria dari peneliti.

1. **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuisioner.

1. **Definisi Operasional**

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Literasi Keuangan dan Teknologi Keuangan.

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat belanja.

1. **Instrumen Penelitian**

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berisi pertanyaan yang berkaitan dengan variabel literasi keuangan, variabel teknologi keuangan dan variabel minat belanja/minat beli.

**METODE ANALASIS DATA**

**Analisis Regresi Berganda**

Analisis regresi linear berganda dilakukan bila terdapat dua atau lebih variabel independen dan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

𝑌 = 𝑎 + 𝑏1𝑋1 + 𝑏2𝑋2 + *e*

**UJI ASUMSI KLASIK**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang dipergunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat. Model analsis regresi penelitian ini mensyaratkan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan teknik uji Kolmogrorv-Smirnov.

1. Jika signifikan lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal.
2. Jika signifikan kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
3. **Uji Multikolinieritas**

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka model regresi bebas dari multikolinear.

1. **Uji Heteroskesdastitas**

Dilakukan untuk menguji ketidaksamaan jenis dalam model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastitas pada penelitian ini menggunakan metode *Scater Plot*. Dengan dasar analisis adalah :

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola yang teratur, maka mengindikasikan heteroskedastitas terjadi.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastistas.

**PENGUJIAN HIPOTESIS**

**Uji Parsial t**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Jika signifikansi > 0.05 maka H0 diterima dan Ha ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika signifikansi < 0.05 maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Analisis data dalam penelitian ini digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh literasi keuangan dan teknologi keuangan terhadap minat belanja di *e-commerce.* Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer hasil kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden yang seluruhnya adalah pengguna aplikasi *e-commerce* khususnya Shopee yang berdomisili di Kabupaten Klaten, Jawa Tengah.

1. **Karakteristik Responden**
2. **Usia Responden**

Berada pada usia *range* 21 – 25 tahun dengan jumlah 46 orang atau 31% dan sebagian kecil berusia 36 – 40 tahun dengan jumlah 13 orang atau 8%. Hal ini menunjukan jika rata-rata dari segi usia sebagain besar usia remaja yakni antara 21-25 tahun yang aktif menggunakan aplikasi *e-commerce* di Kabupaten Klaten.

1. **Jenis Kelamin**

Perempuan dengan jumlah 96 responden atau setara 64 % dan responden laki-laki berjumlah 54 responden atau setara dengan 36%. Hal ini menunjukkan jika rata-rata dari jenis kelamin sebagaian besar pengguna *e-commerce* di Kabupaten Klaten berjenis kelamin perempuan.

1. **Pendidikan Terakhir**

Mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMK/SMA sebanyak 65%, sedangkan responden dengan pendidikan terakhir SMP sebanyak 17 % dan untuk tingkat pendidikan diploma/sarjana sebanyak 24%.

1. **Asal Kecamatan Di Klaten**

Pengisi kuisioner dalam penelitian ini berasal dari Kecamatan Bayat 3 orang, Kecamatan Cawas 2 orang, Kecamatan Ceper 4 orang, Kecamatan Delanggu 3 orang, Kecamatan Gantiwarno 17 orang, Kecamatan Jatinom 5 orang, Kecamatan Jogonalan 14 orang, Kecamatan Juwiring 2 orang, Kecamatan Kalikotes 2 orang, Kecamatan Karanganom 3 orang, Kecamatan Karangdowo 2 orang, Kecamatan Karangnongko 2 orang, Kecamatan Kebonarum 3 orang, Kecamatan Kemalang 6 orang, Kecamatan Klaten Selatan 4 oang, Kecamatan Klaten Tengah 7 orang, Kecamatan Klaten Utara 10 orang, Kecamatan Manisrenggo 8 orang, Kecamatan Ngawen 2 orang, Kecamatan Pedan 4 orang, Kecamatan Polanharjo 3 orang, Kecamatan Prambanan 25 orang, Kecamatan Trucuk 3 orang, Kecamatan Tulung 5 orang, Kecamatan Wedi 7 orang dan Kecamatan Wonosari 4 orang. Jadi total 150 orang kuisioner tersebar di seluruh Kecamatan di Kabupaten Klaten.

**Hasil Uji Instrumen Penelitian**

1. **Uji Validitas**

Dari masing-masing pertanyaaan pada setiap variabel baik variabel independen maupun variabel dependen memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang dihasilkan dari instrument ini dapat dinyatakan valid.

1. **Uji Reliabilitas**

Diperoleh nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, jawaban-jawaban responden dari variabel penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian.

**Uji Asumsi Klasik**

1. **Uji Normalitas**

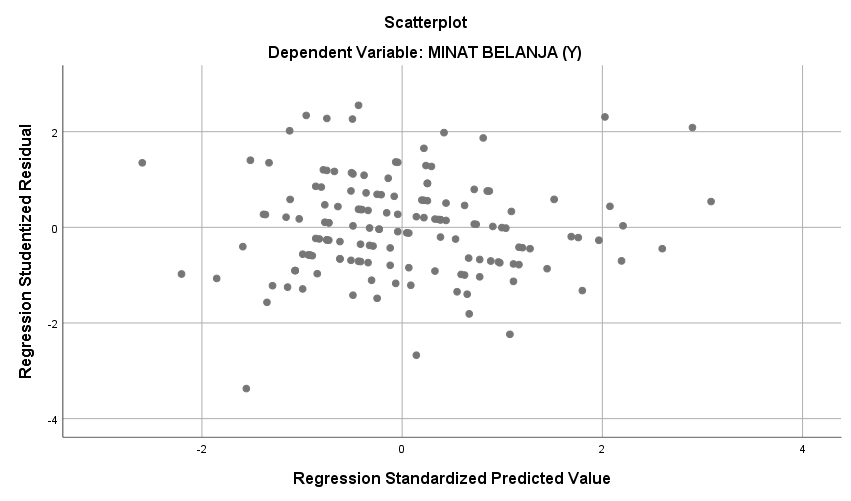
Berdasarkan *One Simple Komogrov Smirnov Test* menunjukan bahwa nilai yang dihasilkan pada *Asymp. Sig.* sebesar 0,963. Berdasarkan hasil signifikansi yang lebih besar daripada 0,05 maka dikatakan data berdistribusi normal.

1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikoliniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor (VIF).* didapatkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami multikolinearitas.

1. **Uji Heterokedasitas**

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang didalamnya tidak terjadi heterokedasitas. Untuk melakukan pengujian heterokedasitas dapat menggunakan metode *scatter plot.*



Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastitas

Terjadi atau tidaknya gejala heterokedasitas ditandai dengan beberapa kriteria yaitu:

* + - 1. Titik-titik data penyebaran diatas dan dibawah atau sekitar 0.
      2. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
      3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk polabergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
      4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Berdasarkan gambar 4.1, dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala atau masalah heterokedasitas.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Analisis Regresi Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 26,505 | 2,640 |  | 10,039 | ,000 |
| LITERASI KEUANGAN (X1) | -,097 | ,044 | -,175 | -2,181 | ,031 |
| TEKNOLOGI KEUANGAN (X2) | ,138 | ,063 | ,174 | 2,178 | ,031 |
| a. Dependent Variable: MINAT BELANJA (Y) | | | | | | |

Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Berganda

Sumber : Data Olahan (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukan bentuk sebuah persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut:

Y = 26,505 + (-0,097)X1 + 0,138X2  + 2,640

Dari persamaan di atas dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

Konstanta (a) sebesar 26,505, menunjukan besarnya minat belanja adalah 26,505 jika variabel literasi keuangan (X1) dan teknologi keuangan (X2) adalah 0.

Koefisien variabel literasi keuangan (X1) sebesar -0,097 yang berarti, jika literasi keuangan meningkat 1 point atau 1%, maka minat belanja menurun -0,097. Koefisien bernilai negative menunjukan adanya hubungan tidak searah antara literasi keuangan dengan minat belanja. Apabila upaya peningkatan literasi keuangan terus dilakukan maka minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten akan menurun.

Koefisien variabel teknologi keuangan (X2) sebesar 0,138 artinya, apabila teknologi keuangan meningkat 1 point atau 1 % maka teknologi keuangan akan meningkat sebesar 0,138. Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan searah antara teknologi keuangan dengan minat belanja . Semakin maju teknologi keuangan di Kabupaten Klaten maka minat belanja di *e-commerce* akan meningkat.

Standar error sebesar 2,640 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji menggunakan SPSS memiliki tingkat variabel penganggu sebesar 2,640.

1. **Uji Parsial t**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan sebagai pengukuran dalam uji t ini adalah jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh signifikan atau H0  diterima dan H1 ditolak. Apabila nilai probabilitas < dari 0,05, maka terdapat pengaruh signifikan atau H0  ditolak dan H1 diterima. Hasil uji pengaruh variabel literasi keuangan dan teknologi keuangan terhadap variabel minat belanja dapat dilihat pada tabel di bawah in:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 26,505 | 2,640 |  | 10,039 | ,000 |  |  |
| LITERASI KEUANGAN (X1) | -,097 | ,044 | -,175 | -2,181 | ,031 | ,989 | 1,011 |
| TEKNOLOGI KEUANGAN (X2) | ,138 | ,063 | ,174 | 2,178 | ,031 | ,989 | 1,011 |
| a. Dependent Variable: MINAT BELANJA (Y) | | | | | | | | |

Hasil uji parsial t pada tabel 4.11 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

* + - 1. Uji t Pada Literasi Keuangan (X1)

Uji t pada variabel literasi keuangan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,031. Jika dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05 maka nilai signifikansi variabel literasi keuangan lebih kecil. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten diterima.

* + - 1. Uji t Pada Teknologi keuangan (X2)

Uji t pada variabel teknologi keuangan menunjukan nilai signifikansi sebesar 0,031 atau lebih kecil daru 0,05. Hasil ini menunjukan variabel teknologi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif teknologi keuangan terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten diterima.

**Pembahasan**

1. **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Belanja di *E-Commerce***

Hipotesis pertama menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja e-commerce di Klaten diterima. Literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang mengenai cara mengelola keuangan sehingga memiliki peluang untuk kehidupan yang sejahtera di masa mendatang. Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) ini dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,097 dengan nilai signifikansi yaitu 0,031 < 0,05. Artinya, variabel literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten. Semakin tinggi literasi keuangan maka minat belanja akan semakin rendah, sebaliknya jika literasi keuangan rendah maka minat belanja akan semakin tinggi. Menurut Chen dan Volpe dalam Dikria dan Mintari (2016) menyatakan bahwa individu yang memiliki pengetahuan literasi keuangan rendah maka akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka, karena dalam berbelanja mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Imawati dkk (2013) bahwa ketika literasi keuangan meningkat maka minat belanja akan menurun. Didukung pula oleh penelitian Mawo dkk (2017) menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja.

1. **Pengaruh Teknologi Keuangan Terhadap Minat Belanja di *E-Commerce***

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi keuangan (*Fintech*) memiliki pengaruh positif terhadap minat belanja di *e-commerce* Kabupaten Klaten, maka hipotesis kedua diterima. Hal tersebut menunjukan jika semakin sering seseorang menggunakan layanan teknologi keuangan maka minat belanja akan semakin meningkat. Dalam kasus ini teknologi keuangan yang sering digunakan dalam *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Buka Lapak, dll adalah M-Banking, ShopeepayLater, Akulaku, Kredivo, Oneklik, pembayaran via Alfamart atau Indomaret dll. Teknologi Keuangan ini meruapakan fitur pembayaran yang menawarkan dukungan dana yang cukup dan dapat berbelanja dengan sistem angsuran atau cicilan, dan memiliki persayaratan yang mudah dengan proses cepat. Dengan tersedianya dana yang cukup besar oleh penyedia layanan teknologi keuangan (*Fintech*) dan dapat digunakan setiap saat menimbulkan dampak minat belanja semakin meningkat, karena pengguna dapat terus melakukan pembelian di *e-commerce* saat itu juga tanpa perlu menunggu dana yang cukup dan dapat membayarnya dikemudian hari. Minat beli konsumen adalah tahap yang mengharuskan konsumen memilih beberapa merek yang terhubung dalam perangkat pilihan, yang diharapkan akan melakukan suatu pembelian pada alternative yang dipilihnya atau proses yang dilalui konsumeen guna membeli suatu barang atau jasa yang berdasarkan bermacam pertimbangan (Pramono,2012:136), karena lebih mementingkan keinginan dan pemenuhan untuk mencapai kepuasan dan kenyamanan. Dengan demikian dapat disimpulkan jika minat belanja di *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh penggunaan teknologi keuangan atau *fintech.*

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian lainnya seperti Kumala dan Mutia (2020) dan Nustini dan Fadhilah (2020) yang menghasilkan kesimpulan yang sama jika penggunaan suatu inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap minat belanja, mesikipun memiliki perbedaan tempat, waktu, dan sampel yang berbeda, juga mendukung penelitian Akram *et al*. (2018) jika penggunaan kartu kredit berpengaruh positif terhadap pembelian implusif dan penelitian Sihombing *et al.,* (2019) yang menyatakan penggunaan sistem cicilan yang diberikan oleh inovasi teknologi keuangan berpengaruh positif terhadap minat belanja.

**PENUTUP**

1. **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan dan teknologi keuangan terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten. Melalui proses pengolahan data dan serangkaian pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

* + - 1. Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten.
      2. Teknologi Keuangan berpengaruh positif terhadap minat belanja *e-commerce* di Kabupaten Klaten.

1. **Saran**

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Bagi pemerintah desa atau kabupaten disarankan bekerja sama dengan lembaga pendidikan atau lembaga lainnya untuk memberikan sosialisasi menyelipkan materi pentingnya literasi keuangan di pertemuan rutin desa atau kabupaten. Pengetahuan akan literasi keuangan sangat berguna bagi pengelolaan keuangan rumah tangga yang akan berdampak majunya kesejahteraan masyarakat, dengan pengetahuan literasi keuangan individu diharapkan dapat mengelola keuangan dengan baik dan minat belanja akan terkontrol dengan menerapkan prioritas kebutuhan sehari-hari. Selain pentingnya literasi keuangan di kalangan saat ini, sebaiknya diberikan sosialiasi dalam penggunaan teknologi keuangan yang semakin maju agar digunakan sebagaimana mestinya guna membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang dianggap dapat mempengaruhi minat belanja, seperti perilaku keuangan agar lebih jelas hal-hal yang mempengaruhi minat belanja guna membantu meningkatkan kesejahteraan keuangan masyarakat melalui pengelolaan keuangan yang baik.

1. **Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, implikasi yang diperoleh dari hasil penelitian adalah perlunya sosialisasi tentang literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan agar terus meningkat dan memanfaatkan kehadiran teknologi keuangan dengan bijak yang digunakan untuk berbelanja di *e-commerce* di Kabupaten Klaten agar tingkat pembelian terkontrol berdasarkan prioritas kebutuhan yang berdampak kesejahteraan keuangan masyarakat melalui pengelolaan keuangan yang baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

(n.d.).

Abdul Hadi Ilman, d. (2019). Peran Teknologi Keuangan Finansial Bagi Perekonomian Negara Berkembang. *Jurnal JEBI Fakultas Ekonomi Bisnis UTS*, Vol 4 Nomor 1.

Abdul, F. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar.* Surakarta: Universitas Negeri Surakarta.

Aini, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Finnacial Technology (Fintech).* Palembang : Universitas Raden Fatah.

Akram, R. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Manfaat, Efektivitas, Risiko , dan Tingkat Pendapatan Dalam Menggunakan Fintech Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti.* Jakarta: FEB-Usakti.

Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasisea Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda . *Psikoborneo*, 6(2),410-419.

Ali Mujahidin, R. P. (2020). Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millenial. *Inovbiz*, 7-8.

Aliyah, L. M. (2019). Pengaruh Layanan Keuangan Berbasis Teknologi (Fintech) terhadap Literasi Keuangan Masyarakat Dago Atas, Bandung . *Prosiding Manajemen*, V.05 No 1 649 - 651.

Anshori, M. (2019). Perkembangan Dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Industri Keuangan Syariah Di Jawa Tengah . *In Wahana Islamika:Jurnal Studi Keislaman*.

Anzelin, D. P. (2020). *Persepsi Kegunaan dan Kemanfaatan Dalam Penggunaan Financial Technology ( Fintech ) Pada Masyarakat Kota Banda Aceh.* Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Islam Negeri Ar-Raniry .

Arianti, B. (2017). The Influence of Financial Literacy, Financial Behavior and Income on Invesment Decision . *European Research Studies Journal* .

Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1(2), 148-156.

Astuti, R. P. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3,50.

Berkatullah, A. H. (2006). *Bisnis E-Commerce.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Chan, R. (2006). Personal Literacy Among Collage Student. *MIC Publising*, hlm :13.

Chita, R. C. (2015). Hubungan Antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik(eBm)*, Vol. 3, No. 1.

Delyana R, H. F. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen* , 106-109.

Firdauzi, I. (2016). Pengaruh Kemampuan Finansial, Kemudahan, Dan Perilaku Konsumrn Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik di Kota Yogyakarta. *Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta*.

Hair, e. a. (2010). *Multivariate Data Analysis Seventh Edition.* Pearson Prentice Hall.

Hsueh. (2017). Retrieved maret Minggu, 2019, from https://www.coursehero.com/.

Imawati. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *JUPE- Jurnal Pendidikan*, Vol 2, No 1.

Imawati, S. I. (2013). Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 50.

Indrajit, R. E. (2001). *E-Commerce : Kiat dan Strategi Bisnis Di Dunia Maya .* Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Keller, K. d. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta : Erlangga.

Kholil, M. (2009). *E-Commerce.* . http://docs.google.com/.

Kumala, L. &. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK)*, 4 (10), 64-69.

Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Jurnal UNM*, 1-3.

Machine, M. (2019). *Saturated Sectors : Finding Gaps In The Ecommerce Market In 2019.* London: MerchantMachine.co.uk.

Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *Universitas Riau*, Vol. 4, Issue 1.

Muaddab, H. (2015). Faktor yang Berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Hijau pada Siswa SMKN Se-kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran, vol.2 No. 5*, 131.

Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millenial. *Inovbis: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2) 143-150.

N, P. A. (Semarang). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenikmatan Berbelanja, Pengalaman Berbelanja, dan Kepercayaan Konsumrn Terhadap Minat Beli Konsumen Di Situs Jual Beli Online Bukalapak.com.* 2015: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Neris, F. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Voice (Ekspresi Ketidakpuasan) Masyarakat Di Sektor Administrasi Kependudukan. *JISIP Universitas Tribhuwana Tunggadewi*, 32-40.

Nizar, M. A. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal* , 5-13.

Nugroho, M. A. (2019). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekomoni Universitas Negeri Yogyakarta.* Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Palamba, F. G. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma.* Yogyakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma.

Palamba, F. G. (2018). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma.* Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.

Putra, A. H. (2012). *Perilaku Pengendalian Diri Pada Perilaku Manajemen Keuangann Personal Berdasarkan Pada Teori Planned Behavior Menggunakan Pendekatan Partial Least Square.* Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul.

Putri, G. S. (2020). *Pengaruh Penggunaan Layanan Keuangan Berbasis Teknologi (Fintech ) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Generasi Z ( Survey Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia ).* Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, 8(1).

Remund, D. L. (2010). Financial Literacy explicated: the case for a clearer definition in an increasingly complex economy . *Journal of Consumer Affairs*, 44(2).

Rohini, D. (2018). *Pengaruh Belanja Online di Media Sosial Terhadap Perilkau Konsumtif Siswi-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul.* Yogyakarta: (Skripsi) UIN Sunan Kalijaga.

Sari, D. E. (2018). Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Representamen*, 4(1).

Setiaji, A. ,. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua , Konformitas , dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Prespektif Gender. *Economic Education Analysis Journal*, 50-64.

Susanti, D. R. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Indraprasta PGRI. *Jurnal of Applied Business and Economic*, Vol 7 No 2.

Syifa, L. (2019). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.* Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah .

Tresnaatmaja, L. (2019). *Pengaruh Persepsi Manfaat Kartu Debit Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasisea .* Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata .

Usman, H. (2003). *Pengantar Statistik.* Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Usman, R. (2017). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *Yuridika*, 32(1).

Utami, S. &. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money . *Balanve*, 14(2).

Widi yanto, E. B. (2020). Pengaruh Manfaat Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Pemakaian Financial Technology Pada Aplikasi OVO Sebagai Digital Payment. *Jurnal AKuntansi Aktiva*, 1-5.

Wong, J. (2010). *Internet Marketing for Beginners.* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi . *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* , nominal.v6i1.14330.