

***THE INFLUENCE OF FINANCIAL BEHAVIOR AND DIGITAL PAYMENT ON
CONSUMER CONSUMPTIVE BEHAVIOR AT CAFÉ KAZE HEADQUARTERS***

**PENGARUH PERILAKU KEUANGAN DAN PEMBAYARAN DIGITAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF KEPADA KONSUMEN CAFE KAZE
HEADQUARTERS KARAWANG**

Astin Dewi Choffifah¹, Sihabudin², Robby Fauzi³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan
Karawang^{1,2,3}

mn21.astinchoffifah@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, sihabudin@ubpkarawang.ac.id²,
robbyfauji@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

This research investigates how financial habits and the adoption of digital payment systems affect the tendency for consumer overspending at Café Kaze Headquarters. Employing a quantitative, descriptive-verification approach, the study gathered data from 100 café patrons using a structured questionnaire. The data were analyzed via multiple linear regression using SPSS. Findings reveal that financial behavior does not significantly shape consumptive tendencies, implying that personal financial literacy or management may not be a key driver of spending behavior. Likewise, digital payment usage was also found to have no notable effect, suggesting that transaction convenience alone doesn't lead to higher consumer spending. These insights highlight the potential presence of other influential variables beyond the scope of financial behavior and digital payments in shaping consumer purchasing patterns.

Keywords : Financial Behavior, Digital Payment, Consumptive Behavior.

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud guna menganalisis dampak perilaku keuangan dan penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif konsumen di Café Kaze Headquarters. Metode yang diterapkan adalah kuantitatif melalui pendekatan deskriptif-verifikatif, melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan café tersebut. Data dihasilkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menerapkan regresi linier berganda melalui software SPSS. Temuan dari analisis memperlihatkan bahwasanya perilaku keuangan tidak berpengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif. Hal tersebut mengindikasikan bahwasanya pemahaman serta manajemen keuangan pribadi tidak selalu menjadi penentu dalam pola konsumsi individu. Di sisi lain, penggunaan pembayaran digital juga tidak berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif, yang berarti kemudahan transaksi secara digital tidak secara otomatis mendorong peningkatan konsumsi pelanggan. Temuan ini mengisyaratkan bahwa ada faktor lain di luar perilaku keuangan dan penggunaan digital payment yang lebih dominan dalam memengaruhi kebiasaan konsumsi.

Kata kunci: Perilaku Keuangan, Pembayaran Digital, Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Kualitas hidup seseorang sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelola keuangan secara efektif. Kemampuan mengelola keuangan menjadi semakin penting seiring dengan semakin tidak menentunya kondisi perekonomian, baik di tingkat nasional maupun global, pesatnya perkembangan teknologi, serta gaya hidup masyarakat yang semakin menunjukkan kecenderungan hedonis dan konsumtif (Simarmata et al., 2024). Pada era modern saat ini, coffee shop telah

Menjadi tempat yang banyak menarik perhatian pengunjung dari berbagai kalangan, terutama Di daerah perkotaan, perkembangan coffee shop di Indonesia telah menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan kehadirannya yang meluas bukan sekedar di kota-kota besar, tetapi juga di kota-kota kecil. Meski demikian, setiap coffee shop umumnya masih menerapkan standar operasional yang berbeda-beda dan menasar segmen pasar yang berbeda pula (Miftahul Fauzan, 2021).

Salah satu coffee shop yang cukup populer di Kota Karawang adalah Kaze Headquarter. Usaha ini memanfaatkan peluang dari tren gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Pembentukan pola konsumsi di kalangan penikmat minuman dapat diamati melalui jenis minuman yang sering dikonsumsi oleh para remaja dan coffee shop yang sering mereka kunjungi. Tanpa disadari, kebiasaan-kebiasaan tersebut mencerminkan perilaku konsumtif (Yose & Ikhwan, 2022). Dari hasil pra penelitian yang di tampilkan pada tabel diatas yang telah dilakukan kepada 37 konsumen cafe kaze headquarter, menunjukkan perilaku konsumtif di cafe kaze headquarter cukup tinggi. sebanyak 62,2% atau 23 responden mengaku sering melebihi anggaran yang sudah ditentukan saat nongkrong di cafe kaze. responden juga merasa bahwa mereka tidak keberatan untuk mengeluarkan uang lebih dari anggaran yang seharusnya saat berada di cafe kaze headquarter dengan 73% atau 27 orang menjawab setuju akan pernyataan tersebut.

Saat ini perilaku keuangan menjadi sangat penting, mengingat perkembangan zaman yang begitu cepat telah meningkatkan pola konsumsi masyarakat. Peningkatan pola konsumsi masyarakat didorong oleh beragam kebutuhan yang semakin kompleks (Regista et al., 2021). Hasil riset Sebuah survei yang dilakukan oleh OCBC Financial Index terhadap 1.027 responden berusia 25 hingga 35 tahun menunjukkan tingkat literasi dan perilaku keuangan di kalangan generasi muda. Hasil survei memperlihatkan bahwasanya indeks literasi dan perilaku keuangan masih relatif rendah, yaitu 37,72 dari skala maksimal 100 pada tahun 2021.

Perkembangan digitalisasi berdampak besar pada kemajuan teknologi keuangan atau yang disebut dengan financial technology (FinTech). Dilansir dari data Statista, di tahun 2021, pengguna pembayaran digital usia 25-34 tahun menempati proporsi terbanyak hingga sebesar 32,18 persen. Kemudian, kelompok usia 35-44 tahun menyumbang 27,7 persen, disusul oleh generasi Z (usia 18-24 tahun) dengan porsi 25,64 persen (Kompas.id, 2024).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Dwi Agustin, Fityan Izza Noor Abidin (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19” (Agustin et al., 2022). Namun dalam studi yang dijalankan oleh Viani Naufalia (2022) “Pengaruh digital payment dan e-service quality terhadap perilaku konsumtif pada pengguna shopee wilayah dki jakarta” (Viani Naufalia, 2022). Dari data yang telah dijelaskan peneliti tertarik dalam menjalankan penelitian dengan judul “THE INFLUENCE OF FINANCIAL BEHAVIOR AND DIGITAL PAYMENT ON CONSUMER CONSUMPTIVE BEHAVIOR AT CAFÉ KAZE HEADQUARTERS KARAWANG”. Tujuan dari penelitian ini untuk menentukan bagaimana pembayaran digital dan perilaku keuangan terkait, serta bagaimana mereka mempengaruhi perilaku konsumtif pada konsumen Cafe Kaze headquarters di Karawang.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menjelaskan :

1. Bagaimana Pengaruh Financial Behavior terhadap Consumptive

- Behavior pada konsumen cafe kaze headquarter Karawang.
2. Bagaimana Pengaruh Digital Payment terhadap Consumptive Behavior pada konsumen cafe kaze headquarter Karawang.
 3. Bagaimana Pengaruh secara parsial Financial Behavior dan Digital Payment dalam memengaruhi Consumptive Behavior pada konsumen cafe kaze headquarter Karawang.
 4. Bagaimana Pengaruh secara simultan Financial Behavior dan Digital Payment dalam memengaruhi Consumptive Behavior pada konsumen cafe kaze headquarter Karawang.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen keuangan

Sihabudin dan Santi Pertiwi Hari Sandi (2022) melihat manajemen keuangan sebagai penerapan unsur-unsur manajerial seperti perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam proses memperoleh dan memanfaatkan dana dengan cara yang efisien. Sementara itu, Irfani (2020) menekankan bahwa manajemen keuangan tidak hanya soal mendapatkan dana, tetapi juga bagaimana penggunaannya diarahkan secara strategis agar mendukung pencapaian tujuan bisnis. Kasmir (2015) menyederhanakan konsep ini menjadi tiga fokus utama: mencari sumber pendanaan, mengelola dana untuk efektivitas maksimal, serta mengatur aset agar menunjang produktivitas perusahaan. Sedangkan Utari, Purwanti, dan Prawironegoro (2014) menggarisbawahi bahwa manajemen keuangan merupakan usaha pemilik dan pengelola untuk mendapatkan dana dengan biaya rendah serta memanfaatkannya secara maksimal

guna menghasilkan keuntungan sebesar mungkin (Jaya et al., 2018).

Theory of Planned Behavior (Teori Perilaku Terencana)

Di dalam Theory of Planned Behavior, proses pencapaian tujuan tertentu dapat dipengaruhi oleh pengembangan niat yang kuat. Pendekatan ini memprediksi sikap individu untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan menggabungkan ilmu perilaku dan sosial (Ajzen, 2005). Menurut (Ajzen, 1991) dalam (Nuri purwanto, et.al, 2022) Dalam Teori Perilaku Terencana (TPB), niat perilaku dipengaruhi oleh kontrol perilaku yang dirasakan selain sikap pada perilaku dan standar subjektif. Menurut Teori Perilaku Terencana, perilaku individu dihasilkan dari keinginan mereka untuk bertindak dengan cara tertentu. Gagasan ini berkaitan dengan semua bentuk perilaku secara umum dan berkonsentrasi pada perilaku spesifik individu (Muhayyama Rusdhita Jana, 2019). Dalam teori ini membahas mengenai variabel perilaku keuangan dan perilaku konsumtif.

Technology Acceptance Model (Model Penerimaan Teknologi)

Menurut (Wu et al., 2011) dalam (Syahril & Rikumahu, 2019) TAM, yang diturunkan dari Theory of Reasoned Action, mengusulkan sebuah kerangka kerja untuk memantau cara-cara di mana faktor-faktor eksternal-seperti sikap, kepercayaan, dan niat-mempengaruhi adopsi teknologi baru. Menurut jogianto (2009) dalam (Fahlevi & Dewi, 2019) TAM adalah model yang banyak dipilih dalam menjelaskan bagaimana orang menerima dan menggunakan sistem teknologi. Model ini dianggap cukup berpengaruh. Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori perilaku populer yang

menggunakan beberapa dimensi yang memengaruhi cara pandang orang terhadap penggunaan teknologi. Penerimaan pengguna sistem teknologi informasi dapat dipahami sebagai kesediaan kelompok pengguna untuk menerima atau menggunakan sistem tersebut (Rohmah et al., 2022). Dalam teori ini membahas mengenai variabel digital payment.

Financial Behavior (Perilaku Keuangan)

Menurut Suryanto (2017) perilaku keuangan menggambarkan cara seseorang atau rumah tangga menangani dan menggunakan sumber daya finansial yang dimilikinya. Menurut Halim dan Astuti (2015), perilaku ini mencerminkan kapasitas individu ketika memahami, mengevaluasi, dan mengelola keuangan secara rasional untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat serta menghindari risiko keuangan. Sementara itu, Hasibuan dan rekan-rekannya (2018) menyebutkan bahwa perilaku keuangan mencakup keterampilan dalam mengelola berbagai aspek keuangan, seperti melakukan investasi, menyusun anggaran, menyimpan dana, hingga memiliki perlindungan melalui asuransi. Secara keseluruhan, bagaimana individu atau rumah tangga memperlakukan dan mengatur keuangan mereka menjadi inti dari konsep perilaku keuangan. Indikator yang terdapat dalam perilaku keuangan yaitu a) penyusunan anggaran b) penghematan uang dan pola belanja c) tabungan dan investasi d) pembayaran kewajiban (Aditya & Azmansyah, 2021).

Digital payment (Pembayaran Digital)

Digital payment gateway adalah layanan yang berfungsi untuk mengotorisasi pembayaran dalam transaksi digital, baik melalui kartu

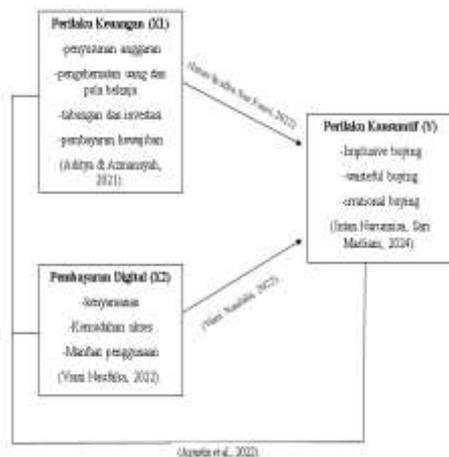
kredit, kartu debit, transfer bank, maupun uang elektronik (e-money). Layanan ini mempermudah masyarakat yang gemar berbelanja online serta mendukung mereka yang terbiasa melakukan transaksi secara digital (Sihabudin & Hidayaty, 2021). Teknologi pembayaran digital menawarkan sudut pandang baru kepada masyarakat terkait metode pembayaran non-tunai, yang dianggap lebih aman dan berguna ketika bertransaksi. Pembayaran digital seringkali dikenal sebagai uang elektronik berbasis mobile atau dompet digital, dan dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi (Khoyatu Rizkiyah et al., 2021) (Rizkiyah et al., 2021). Menurut Puspita (2019:127) Pembayaran digital adalah pembayaran yang menawarkan keuntungan langsung dan tidak langsung dalam hal kenyamanan, aksesibilitas, dan kegunaan. Terdapat tiga indikator utama dalam penggunaan pembayaran digital, yaitu: pertama, aspek kenyamanan yang dirasakan saat melakukan transaksi secara digital; kedua, kemudahan akses yang memungkinkan pengguna menjalankan transaksi kapan pun dan di mana pun; serta ketiga, manfaat yang diperoleh, baik secara langsung seperti efisiensi waktu, maupun secara tidak langsung seperti pencatatan transaksi yang lebih tertata (Viani Naufalia, 2022).

Consumptive Behavior (Perilaku Konsumtif)

Sumartono (2002) memaparkan bahwasanya perilaku konsumtif adalah kebiasaan menggunakan suatu produk tanpa menghabiskannya secara maksimal, atau membeli produk serupa dengan merek yang berbeda hanya karena tergiur dengan hadiah yang ditawarkan. Menurut Delyana (2018:106) dalam Viani Naufalia (2022),

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan dalam mengkonsumsi produk atau jasa yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, terutama yang sehubungan dengan respon pada penggunaan barang sekunder atau barang yang bukan merupakan kebutuhan utama. dimensi dan indikator yang menandakan sebuah perilaku konsumtif mencakup : pembelian impulsive, wasteful buying, irrational buying (Intan Nurunnisa, Sari Marliani, 2024)

KERANGKA PEMIKIRAN



Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

HIPOTESIS

1. Terdapat perilaku keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2. Terdapat pembayaran digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3. Terdapat perilaku keuangan dan pembayaran digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif verifikatif yang dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan pendekatan dengan memanfaatkan data-data numerikal dan

analisis statistik yang dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan terancang dengan jelas sejak awal hingga akhir proses penelitian (Sugiyono, 2018). Populasi adalah kumpulan objek ataupun subjek yang berkarakteristik tertentu yang telah diidentifikasi oleh para peneliti agar dianalisis dan digunakan sebagai dasar kesimpulan (sugiyono, 2018). Populasi penelitian ini terdiri dari 16.314 orang konsumen cafe kaze yang berlokasi di Jalan HS. Ronggo Waluyo No. 88, Kelurahan Sirnabaya, Kecamatan Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361. Rumus Slovin menjadi metode yang diterapkan sebagai metode penghitungan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini.

Purposive sampling adalah strategi pengambilan sampel yang ditetapkan pada penelitian ini, yaitu cara memilih sampel menurut kriteria atau pertimbangan yang telah ditetapkan sebelumnya (V. Wiratna Sujarweni, 2019). Pada penelitian ini, sampel yang dipilih yakni sejumlah 100 orang berdasarkan kriteria yaitu Pengunjung cafe kaze headquarter, Rentang usia : 17-30 tahun. Sumber data berikut digunakan pada penelitian ini Data primer dan Data sekunder. Teknik Pengumpulan Data Pada penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai metode penyusunan data. Untuk membantu peneliti menjalankan analisis pengujian dan menyimpulkan rangkuman temuan penelitian, langkah-langkah dan prosedur pengujian yang disebutkan di atas diselesaikan melalui alat uji statistik IBM SPSS (Statistical Program for Social Science). Jenis uji yang akan dipilih antara lain: Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Karakteristik Responden

Objek pada penelitian ini yaitu konsumen cafe kaze headquarter yang ditetapkan menjadi sampel berjumlah 100 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis kelamin	frekuensi	presentase
Laki – laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%
Usia	frekuensi	presentase
17-21 Tahun	37	37%
22-25 Tahun	51	51%
26-30 Tahun	12	12%
>31 Tahun	0	0%
Total	100	100%

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Berdasarkan data dari Tabel 1 di atas, memperlihatkan bilamana mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan dengan presentase sebesar 70%. Selain itu, peserta dalam penelitian ini kebanyakan berusia sekitar 22-25 tahun. mayoritas peserta penelitian ini adalah pelajar/mahasiswa.

Analisis Deskriptif

Financial Behaviour (Perilaku Keuangan)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada variabel perilaku keuangan memiliki 12 item pernyataan kuesioner dan menyatakan total skor 4.504, dengan rata-rata skor sebesar 375 yang terletak pada rentang skala setuju. Skor tertinggi sebesar 401 pada item pernyataan Saya memprioritaskan pengeluaran untuk kebutuhan pokok. Skor terendah sebesar 324 pada item pernyataan Saya sangat konsisten dalam membuat anggaran pengeluaran.

Digital Payment (Pembayaran Digital)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada variabel Digital

payment memiliki 12 item pernyataan kuesioner dan menyatakan total skor 4.815, dengan rata-rata skor sebesar 401 yang terletak pada rentang skala setuju. Skor tertinggi sebesar 415 pada item pernyataan Digital payment memiliki kemudahan dalam menyelesaikan transaksi. Skor terendah sebesar 386 pada item pernyataan Digital payment memberikan keamanan dalam proses pembayaran.

Consumptive Behavior (Perilaku Konsumtif)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada variabel perilaku keuangan memiliki 12 item pernyataan kuesioner dan menyatakan total skor 5.313, dengan rata-rata skor sebesar 265 yang terletak pada rentang skala cukup setuju dan tidak setuju. Skor tertinggi sebesar 334 pada item pernyataan Saya Membeli tambahan menu karena tergoda oleh promosi atau diskon. Skor terendah sebesar 218 pada item pernyataan saya Memilih menu tertentu hanya karena dianggap populer atau mewah oleh orang lain.

Uji validitas

Pengujian validitas bermaksud guna mengevaluasi sejauh manakah instrumen kuesioner mampu menilai apa yang memang seharusnya diukur secara tepat (Sugiyono, 2018). Bilamana nilai r hitung melebihi r tabel, maka butir pertanyaan ini dinilai reliable dan layak digunakan pada penelitian. Sebaliknya, bilamana nilainya di bawah ambang batas, maka instrumen dinilai tidak valid. (Agustin et al., 2022).

Melalui data yang telah olah, bahwasanya item pernyataan yang terdapat pada setiap variabel bernilai r -hitung $>$ r -tabel. Maka mampu berkesimpulan bahwasanya semua pernyataan tersebut dinilai valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bermaksud guna mengevaluasi sejauh manakah suatu instrumen pengukuran mempunyai data yang konsisten dan akurat. Pengujian ini dilakukan setelah instrumen melalui tahap validitas, guna memastikan apakah alat ukur tersebut dapat dipercaya ketika digunakan kembali pada kondisi yang serupa (Sugiyono, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Hitung	Keterangan
Perilaku Keuangan (X1)	0,827	0,6	Reliabel
Digital Payment (X2)	0,936	0,6	Reliabel
Perilaku konsumtif (Y)	0,941	0,6	Realibel

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Melalui tabel 2 tersebut, maka mampu berkesimpulan bahwasanya setiap instrumen yang terdapat pada setiap variabel dinilai reliabel, yang didasari oleh nilai pada Cronbach's Alpha > 0,6

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normaliitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	14,83873565	
Most Extreme Differences	Absolute	,121	
	Positive	,121	
	Negative	-,049	
Test Statistic			,121
Asymp. Sig. (2-tailed)			,001 ^a
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,099 ^a
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,093
		Upper Bound	,107

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

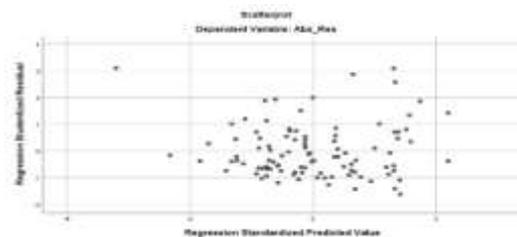
Melalui tabel 3 di atas, dihasilkan output nilai pada Asymp. Sig. (2-tailed) senilai 0,001 < 0,05. Alhasil mampu dinilai bahwasanya data tersebut tidak normal. Namun, pada nilai monte carlo Sig. (2-tailed) menunjukkan hasil sebesar 0,099 > 0,05 maka mampu dinilai data yang dihasilkan terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dijalankan guna mengevaluasi ada tidaknya kemiripan antar variabel independen yang mampu memunculkan korelasi tinggi dalam model. Bilamana VIF yang di hasilkan diantara 1-10 alhasil tidak ditemukan multikolinearitas (V. Wiratna Sujarweni, 2019).

Pada data yang telah di olah, dihasilkan output bahwasanya nilai VIF dari variabel Perilaku Keuangan (X1) 1,305 < 10,00. Nilai VIF dari Variabel Digital Payment (X2) 1,305 < 10,00 . Nilai Tolerance pada variabel Perilaku Keuangan (X1) 0,767 dan variabel Digital Payment (X2) 0,767 maka dapat berkesimpulan bahwasanya pada penelitian ini tidak ditemukan indikasi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud guna memastikan bahwasanya varians dari setiap residual tetap konsisten, baik ketika nilai variabel independen rendah maupun tinggi. Salah satu pendekatan dalam mengidentifikasi kesamaan varians adalah dengan mengamati sebaran residual pada nilai prediksi. Bilamana sebaran tersebut tampak acak dan tidak menunjukkan pola khusus, maka residual dianggap mempunyai varians yang seragam atau homogen (Simarmata et al., 2024).

Melalui grafik scatterplot yang ditampilkan, dapat diamati bahwasanya titik-titik residual tersebar denan acak

tanpa menunjukkan pola tertentu. Titik-titik tersebut berada di kedua sisi sumbu Y pada posisi nol, tanpa memperlihatkan gejala penyebaran yang semakin luas atau menyempit secara signifikan

Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Partial		
1 (Constant)	38.706	3.591		4.013	.001	
Perilaku Keuangan	-.028	.191	-.018	-.148	.883	
Digital Payment	.165	.111	.150	1.481	.164	

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Dalam menilai sejauh mana kontribusi variabel-variabel bebas pada variabel terikat, dipilih metode regresi linier berganda sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2018). Penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak SPSS versi 26 dalam proses analisis data. Pendekatan ini dipilih karena terdapat melebihi satu faktor bebas yang dianalisis pada satu variabel tujuan. Model yang digunakan dapat diformulasikan dalam bentuk persamaan regresi linier berganda seperti berikut :

$$Y = 38.706 + (-0,028 X1) + 0,165 X2 + e$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwasanya :

1. Nilai konstanta senilai 38,706 memperlihatkan bilamana variabel Financial Behavior dan Digital Payment bernilai nol, maka tingkat perilaku konsumtif konsumen bernilai 38,706.
2. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel Perilaku keuangan senilai -0,028 mengindikasikan dampak yang negatif. Variabel perilaku konsumtif akan menurun senilai -0,028 satuan bilamana Perilaku

keuangan dinaikkan senilai 1 satuan.

3. Nilai B pada Unstandardized Coefficients variabel Digital payment senilai 0,165 mengindikasikan dampak yang positif. Variabel Perilaku konsumtif akan naik senilai 0,165 satuan bilamana Digital payment dinaikkan senilai 1 satuan.

Uji T (Parsial)

Tabel 5 Hasil Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.
Perilaku keuangan (X1)	-0,148	1,984	0,883
Digital Payment (X2)	1,401	1,984	0,164

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Melalui tabel di atas dalam menemukan besarnya kontribusi setiap variabel independen secara parsial (individual) pada variabel dependen diantaranya :

1. Melalui hasil uji t pada variabel Perilaku Keuangan (X1) dihasilkan nilai t hitung senilai -0,148 yang di bawah t tabel senilai 1,984, dan nilai signifikansi senilai 0,883 yang melebihi 0,05. Alhasil, H0 ditolak dan Ha diterima. Maka, mampu berkesimpulan bahwasanya perilaku keuangan tidak berpengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif konsumen di Kaze Headquarters.
2. Hasil uji t pada variabel Digital Payment (X2) menunjukkan nilai t hitung senilai 1,401 yang di bawah nilai t tabel senilai 1,984, serta nilai signifikansi senilai 0,164 yang melebihi ambang batas 0,05. Alhasil, H0 ditolak dan Ha diterima. Yang menandakan bahwasanya penggunaan digital payment tidak berpengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif konsumen di Kaze Headquarters.

Uji F (Simultan)

Uji simultan di gunakan dalam mengevaluasi signifikansi pengaruh

variabel-variabel independen secara keseluruhan pada variabel Y. Pengujian variabel bebas dengan simultan pada variabel dependen melalui signifikansi 0,05 mampu dijabarkan bilamana nilai $F < 0,05$ alhasil mampu berkesimpulan bahwasana hipotesis alternatif variabel independen berdampak signifikan dengan simultan pada variabel dependen (Sukayana & Sinarwati, 2022).

Pada konteks ini, H_0 ditolak bilamana nilai signifikansi di bawah alpha. tabel Anova di atas menunjukkan nilai sig. senilai 0,354 alhasil Hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka berkesimpulan bahwasanya perilaku keuangan dan digital payment tidak berdampak yang signifikan pada perilaku konsumtif pada konsumen cafe kaze headquarter.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koedisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.146 ^a	.021	.001	12.791

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2025)

Koefisien determinasi berfungsi guna mengevaluasi seberapa baik suatu model regresi mampu menggambarkan variasi yang terjadi pada variabel independen (Sugiyono, 2018). Nilai dari koefisien ini berada pada rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin akurat model tersebut dalam memprediksi variabel dependen, karena hampir seluruh variabilitasnya dapat dijelaskan oleh model. Sebaliknya, bilamana nilainya mendekati 0, maka model tidak cukup representatif dalam menggambarkan hubungan antar variabel (Ghozali, 2018).

Mengacu pada tabel yang ditampilkan, nilai R Square tercatat senilai 0,021. Nilai ini diperoleh dengan mengkuadratkan nilai R (0,146), yaitu

$0,146 \times 0,146 = 0,021$ atau setara dengan 2,1%. Artinya, hanya sekitar 2,1% dari variasi yang terjadi pada variabel dependen yang mampu diterangkan oleh model regresi ini, sedangkan 97,9% sisanya diakibatkan oleh faktor lain yang tidak termasuk pada model. Sementara itu, nilai adjusted R square yang hanya senilai 0,001 memperlihatkan bahwasanya kontribusi variabel bebas terhadap penjelasan model sangat minim, bahkan nyaris tidak ada, sehingga model ini kurang efektif dalam memprediksi variabel terikat secara menyeluruh.

PEMBAHASAN

Pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwasanya ditemukan kaitan negatif antara perilaku keuangan dan kecenderungan konsumtif konsumen, yang terlihat dari hasil regresi linier berganda menunjukkan koefisien senilai -0,028 untuk variabel X_1 terhadap Y. Namun, kontribusi tersebut tidak signifikan secara statistik, sebagaimana dibuktikan oleh nilai t hitung senilai -0,148 dan tingkat signifikansi 0,883, yang jauh melebihi batas kritis 0,05. Alhasil, hipotesis alternatif ditolak dan hipotesis nol diterima.

Secara umum, hasil ini mencerminkan adanya kecenderungan bahwasanya peningkatan literasi dan manajemen keuangan justru berkorelasi dengan penurunan perilaku konsumtif, dan sebaliknya. Artinya, individu dengan pengelolaan keuangan yang lebih baik cenderung tidak terlibat dalam konsumsi berlebihan. Namun, hubungan ini tidak cukup kuat untuk dikatakan signifikan, yang mengindikasikan kemungkinan besar adanya variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap perilaku

konsumsi di kalangan konsumen Kaze Headquarters Karawang.

Faktor lain yang dapat menjelaskan lemahnya hubungan ini meliputi kurangnya kontribusi dari indikator perilaku keuangan yang digunakan, atau kemungkinan bahwa data sampel yang diperoleh belum cukup mewakili keterkaitan antara variabel yang diteliti. Hasil ini konsisten dengan temuan dari studi Edo Yondha Wibowo dan Riskin Hidayat (2023), yang juga menyatakan bahwasanya perilaku keuangan memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YPPI Rembang.

Pengaruh Digital Payment terhadap perilaku konsumtif

Temuan penelitian mengungkapkan bahwasanya variabel penggunaan pembayaran digital memiliki korelasi positif pada perilaku konsumtif, yang tercermin dari nilai koefisien regresi senilai 0,165 pada analisis linier berganda. Namun demikian, pengaruh ini tidak mencapai tingkat signifikansi secara statistik, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t senilai 1,401 dan tingkat signifikansi 0,164, yang melebihi ambang batas 0,05. Maka, hipotesis nol tidak dapat ditolak, sementara hipotesis alternatif tidak didukung oleh data.

Secara implisit, hal ini menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi melalui platform digital belum cukup kuat untuk mendorong konsumen di Kaze Headquarters Karawang dalam berperilaku konsumtif secara nyata. Meskipun sistem pembayaran digital menawarkan kepraktisan dan efisiensi, dorongan konsumsi tidak semata-mata ditentukan oleh kemudahan akses tersebut. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah

keterbatasan dana yang dimiliki konsumen, di mana mereka tetap mempertimbangkan ketersediaan sumber daya finansial sebelum melakukan pembelian di luar kebutuhan utama. Artinya, meskipun fasilitas digital payment tersedia, perilaku konsumtif tetap terkendala oleh kemampuan ekonomi masing-masing individu. Hal tersebut searah dengan penelitian terdahulu yang dijalankan oleh (Grace Sriati Mengga, Mince Batara, 2023) penelitian yang dijalankan pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja, menelaah hubungan antara literasi keuangan, penggunaan uang elektronik (e-money), gaya hidup, dan kemampuan pengendalian diri pada perilaku konsumtif. Salah satu temuan penting pada penelitian ini adalah bahwasanya penggunaan e-money tidak berkontribusi signifikan pada kecenderungan konsumtif mahasiswa.

Meskipun e-money menawarkan kemudahan pada transaksi serta aksesibilitas yang tinggi, hal ini ternyata tidak serta-merta mendorong peningkatan konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa para mahasiswa telah mengembangkan kemampuan dalam membedakan antara kebutuhan yang esensial dan keinginan yang bersifat impulsif, sehingga kemudahan teknologi pembayaran tidak langsung memicu perilaku konsumtif secara signifikan.

Pengaruh Perilaku Keuangan dan Digital Payment terhadap perilaku konsumtif

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwasanya secara keseluruhan, variabel financial behavior dan penggunaan sistem pembayaran digital tidak memperlihatkan dampak

signifikan pada perilaku konsumtif. Hal ini tercermin melalui hasil uji F yang menghasilkan nilai 1,049 serta tingkat signifikansi sebesar 0,354, yang melampaui 0,05. Alhasil, hipotesis nol (H_0) diterima, dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Yang menandakan, kedua variabel independen dalam penelitian ini tidak memiliki kontribusi berarti secara simultan pada variabel dependen.

Lebih lanjut, nilai R Square senilai 0,021 menandakan bahwasanya model regresi ini hanya mampu menjabarkan 2,1% dari total variasi perilaku konsumtif responden, sementara sisanya, yaitu 97,9%, terpengaruh oleh variabel lain yang tidak dimasukkan pada model. Nilai adjusted R Square yang sangat rendah, yakni 0,001, juga menegaskan minimnya kontribusi kedua variabel dalam menjelaskan dinamika konsumsi.

Dengan kata lain, hasil ini menunjukkan bahwa aspek-aspek lain di luar perilaku keuangan dan transaksi digital memiliki pengaruh yang lebih dominan dalam membentuk pola konsumtif konsumen. Oleh sebab itu, penelitian lanjutan sangat disarankan untuk menggali variabel-variabel lain yang mungkin lebih relevan dan berpengaruh. Hasil ini juga sejalan dengan temuan dari penelitian Indah Dwi Agustin dan Fityan Izza Noor Abidin (2022), yang berkesimpulan bahwasanya tidak ditemukan hubungan signifikan antara literasi maupun perilaku keuangan serta pembayaran digital pada perilaku konsumtif. Meski sistem digital mempermudah transaksi, konsumsi tetap tidak terjadi bila individu tidak memiliki sumber daya finansial yang memadai.

PENUTUP

Kesimpulan

Melalui temuan penelitian yang telah dijalankan, dapat berkesimpulan seperti berikut :

1. Dari hasil analisis ditemukan bahwasanya perilaku keuangan tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif pada konsumen di kafe headquarters. Baik semakin tingginya atau semakin rendahnya perilaku keuangan seseorang, hal tersebut tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif pada konsumen kafe kafe headquarters karawang.
2. Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya digital payment tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif konsumen di Kafe Headquarters Karawang. meskipun ditemukan kemudahan ketika menjalankan pembayaran digital namun tidak berpengaruh pada perilaku konsumtif pada konsumen kafe headquarter karawang dalam membeli barang yang diluar kebutuhan.
3. Hasil analisis memperlihatkan bahwasanya perilaku keuangan dan digital payment tidak berpengaruh yang simultan pada perilaku konsumtif. Hal tersebut memberikan menunjukkan bahwa Perilaku Keuangan dan Digital Payment bukanlah faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam konteks penelitian ini, dan perlu dilakukan kajian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mungkin lebih relevan.

Implikasi

Temuan ini memberikan beberapa implikasi penting. Bagi pengusaha coffee shop, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasanya strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti peningkatan kualitas produk, kenyamanan tempat, dan promo menarik, lebih berpengaruh terhadap

konsumsi pelanggan dibandingkan sekadar menyediakan metode pembayaran digital. Bagi konsumen, penting untuk meningkatkan kesadaran dalam mengelola pengeluaran, terutama dalam penggunaan digital payment agar tetap sesuai dengan anggaran. Selain itu, bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini membuka peluang untuk mengeksplorasi faktor lain yang lebih dominan yang berkontribusi pada perilaku konsumtif, seperti pengaruh media sosial atau gaya hidup. Dengan demikian, penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi berbagai pihak dalam memahami pola konsumsi di era digital, khususnya dalam industri coffee shop.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., & Azmansyah. (2021). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, dan Income terhadap Financial Behavior pada Usaha Mikro kecil dan Menengah di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(2).
[https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8564](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8564)
- Agustin, I. D., Izza, F., & Abidin, N. (2022). *Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19*. 4, 1–14.
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). ANALISIS APLIKASI iJATENG DENGAN MENGGUNAKAN TEORI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Intan Nurunnisa, Sari Marlioni, J. Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan E-money terhadap Perilaku Konsumtif: Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2019. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i>
- Jaya, A., Kuswandi, S., Prastyandari, C. W., Baidlowi, I., Mardiana, Ardana, Y., Sunandes, A., Nurlina, Palnus, & Muchsidin, M. (2018). Manajemen Keuangan. In *Modul Kuliah* (Vol. 7, Issue 2).
- Kompas.id. (2024). *Adaptif Mengikuti Perkembangan Teknologi yang Membangun Budaya "Cashless"*. [Www.Kompas.Id](https://www.kompas.id/baca/riset/2024/09/14/adaptif-mengikuti-perkembangan-teknologi-yang-membangun-budaya-cashless).
<https://www.kompas.id/baca/riset/2024/09/14/adaptif-mengikuti-perkembangan-teknologi-yang-membangun-budaya-cashless>
- Miftahul Fauzan. (2021). *Perkembangan Coffee Shop Yang Semakin Maju di Kalangan Anak Muda*. <https://kumparan.com/>.
<https://kumparan.com/miftahul-fauzan/perkembangan-coffee-shop-yang-semakin-maju-di-kalangan-anak-muda-1uzkuBxuNZH/full>
- Muhayyama Rusdhita Jana. (2019). PENGARUH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA MAHASISWA DENGAN SHARI'AH COMPLIANT E-COMMERCE SEBAGAI VARIABEL MODERATING. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publi>

- ation/305320484_SISTEM_PEM
BETUNGAN_TERPUSAT_STR
ATEGI_MELESTARI
- Regista, Y. A. M., Fuad, M., & Dewi, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gender, Gaya Hidup, dan Pembelajaran di Universitas terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *JIM Manajemen: Manajerial Terapan*, 1(1), 64–72. http://www.ejurnal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/10544%0A
- Rizkiyah, K., Nurmawati, L., Dea, R., Macdhy, N., & Yusuf, A. (2021). *PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*. 16(1), 107–126.
- Rohmah, L., Mumtahanah, N. L., & Pratiwi, E. R. (2022). the Acceptance Factors for Islamic Banking Fintech Sevices: Extended Technology Acceptance Model (Tam) Approach. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(02), 155–165. <https://doi.org/10.20473/aijief.v5i02.31956>
- Sihabudin, & Hidayaty, D. E. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Sistem Informasi Keuangan Terhadap Pendapatan UMKM BEBEKE OM ARIS Karawang. In *Jurnal Signaling* (Issue 13, p. 1).
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475.
- Sukayana, K., & Sinarwati, N. K. (2022). Analisis Pengaruh Financial Behaviour dan Actual Use Digital Payment System Terhadap Pendapatan Usaha Sektor UMKM di Bali. *Explore*, 12(1), 87–93. <https://doi.org/10.35200/ex.v12i1.93>
- Syahril, W. N., & Rikumahu, B. (2019). Brady Rikumahu 2) 201 Wahyuni Nur Syahril 1. *Wahyuni Nur Syahril*, 1(2), 201–214.
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi*.
- Viani Naufalia. (2022). *PENGARUH DIGITAL PAYMENT DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PENGGUNA SHOPEE*. 01(1), 1–9.
- Yose, D., & Ikhwan, I. (2022). Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee Shop. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 208–216. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.621>