
Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Cafe Kopi Api Makassar.

Atia Kirana W¹, Nurdjanna Fadjrinn Uluputty²

¹Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMKOP Makassar

²Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMKOP Makassar

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of financial literacy on consumer behavior in using digital payments at Cafe Kopi API Makassar. The method used is a survey by distributing questionnaires to 100 respondents who are regular customers of the cafe. The independent variables in this study are financial literacy and use of digital payments, while the dependent variable is consumer behavior. Data was collected through a questionnaire which included questions about the level of understanding of financial concepts and the frequency of use of digital payments by respondents. Data analysis and hypothesis testing were carried out using multiple linear regression analysis techniques. The results of the analysis show that financial literacy has a significant impact on consumer behavior in using digital payments at Cafe Kopi API Makassar. Respondents who have a higher level of financial literacy tend to use digital payments more actively and choose it as the main payment method when visiting the cafe. These findings show the importance of increasing financial literacy for consumers so that they can properly understand the benefits and risks of using digital payments. In this case, Cafe Kopi API Makassar can provide financial education to its customers to increase their understanding of how to use digital payments wisely. It is hoped that the results of this research can provide input for other cafes to increase customer acceptance and satisfaction through the effective implementation of digital payments, as well as strengthen awareness of the importance of financial literacy in consumer decision making.

Keywords:

Financial Literacy, Digital Payment, Consumer Behavior.

✉ Corresponding author :

Email Address : kiranaku28@gmail.com

1. Introduction

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam era yang semakin kompleks ini, literasi keuangan menjadi sangat penting bagi setiap orang agar dapat membuat keputusan finansial yang cerdas dan mengelola risiko dengan baik. Dalam konteks global, tingkat literasi keuangan masih rendah di banyak negara, termasuk di Indonesia. Banyak orang tidak memiliki pemahaman dasar tentang pengelolaan uang, investasi, asuransi, atau perencanaan pensiun. Hal ini dapat berdampak negatif pada stabilitas finansial individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Ketika seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, mereka cenderung rentan terhadap penipuan finansial, pengambilan pinjaman yang tidak bijaksana, atau kesulitan dalam mencapai tujuan finansial jangka panjang mereka. Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan menjadi prioritas penting bagi pemerintah dan institusi pendidikan. Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berkaitan erat dengan faktor-faktor seperti pendidikan formal, akses informasi dan teknologi digital serta budaya tabungan dalam suatu masyarakat. Selain itu juga ada korelasi antara tingkat literasi keuangan dengan perilaku konsumsi dan pola penggunaan produk-produk layanan finansial. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Lusardi et al. (2017) Studi ini menunjukkan adanya hubungan antara pengetahuan finansial, preferensi risiko, dan bias perilaku dalam konteks pengambilan keputusan finansial masyarakat umum. Sama halnya penelitian yang dilakukan oleh Fernandes et al. (2014): Penelitian ini menemukan bahwa pendidikan finansial di sekolah menengah memiliki dampak positif pada kemampuan keuangan dan perilaku konsumen muda dalam hal pengelolaan uang, perencanaan keuangan, dan pemahaman tentang produk-produk keuangan. Dengan menyadari pentingnya meningkatkan literasi keuangan, pemerintah dan lembaga terkait telah meluncurkan berbagai program edukasi finansial untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dalam mengelola keuangan mereka. Program-program ini mencakup pelatihan, seminar, kampanye sosial, serta penyediaan akses informasi yang mudah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Salah satu perkembangan yang menonjol adalah penggunaan digital payment sebagai metode pembayaran yang semakin populer di kalangan konsumen. Digital payment memungkinkan transaksi non-tunai yang praktis, cepat, dan aman. Pembayaran digital, juga dikenal sebagai e-payment atau digital

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

payment, merujuk pada proses pembayaran menggunakan perangkat elektronik seperti kartu kredit/debit, dompet digital (e-wallet), transfer bank melalui aplikasi perbankan, atau platform online lainnya. Metode ini memungkinkan kita untuk melakukan transaksi secara cepat dan mudah tanpa harus membawa uang tunai fisik. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alalwan et al. (2019) Penelitian ini melakukan tinjauan literatur tentang adopsi pembayaran digital dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, termasuk kepercayaan pengguna, persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan faktor sosial. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Liébana-Cabanillas et al. (2020): Penelitian meta-analisis ini menganalisis sejumlah studi untuk mengevaluasi tingkat penerimaan konsumen terhadap pembayaran melalui perangkat mobile. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor seperti persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, kepercayaan dalam teknologi, dan kondisi lingkungan bisnis dapat mempengaruhi adopsi tersebut.

Ada beberapa faktor yang mendukung perkembangan sistem pembayaran digital:

1. Kemudahan: Pembayaran digital memberikan kemudahan bagi pengguna dengan hanya menggunakan smartphone mereka untuk melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja. Tidak perlu lagi repot membawa banyak uang tunai atau menulis cek.
2. Keamanan: Sistem pembayaran digital biasanya dilengkapi dengan lapisan keamanan tambahan seperti enkripsi data dan otentikasi ganda untuk melindungi informasi pribadi pengguna serta mencegah penipuan finansial.
3. Efisiensi: Transaksi dapat diproses secara instan dalam hitungan detik tanpa harus antri di kasir atau ATM. Hal ini membuat proses pembelian menjadi lebih efisien dan menghemat waktu bagi konsumen maupun pedagang.
4. Kemajuan Teknologi: Perkembangan teknologi komunikasi dan infrastruktur jaringan internet yang semakin baik telah membuat pembayaran digital menjadi semakin mudah diakses oleh masyarakat. Pilihan yang Beragam: Ada banyak jenis platform dan aplikasi pembayaran digital yang tersedia, seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, PayPal, dan sebagainya. Hal ini memberikan konsumen pilihan yang lebih luas dalam memilih metode pembayaran sesuai dengan preferensi mereka. Meskipun terdapat keuntungan-keuntungan tersebut, masih ada beberapa tantangan dalam adopsi pembayaran digital secara luas:

1. Kepercayaan Pengguna: Beberapa orang mungkin masih merasa ragu untuk menggunakan metode pembayaran digital karena khawatir tentang keamanan data pribadi mereka atau kurangnya pengetahuan tentang cara menggunakannya dengan benar.

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

2. Aksesibilitas: Meskipun penetrasi smartphone meningkat pesat di berbagai negara termasuk Indonesia namun masih ada sebagian masyarakat yang tidak memiliki akses atau pemahaman teknologi yang cukup untuk menggunakan layanan tersebut.

3. Infrastruktur: Adopsi pembayaran digital juga bergantung pada ketersediaan infrastruktur teknologi seperti jaringan internet stabil dan cepat serta sistem perbankan online yang andal.

4. Perkembangan sistem pembayaran digital membawa dampak besar bagi ekonomi dan kehidupan kita sehari-hari. Meningkatnya penggunaan metode ini dapat mendukung pertumbuhan bisnis online, memperluas akses finansial bagi individu yang tinggal di daerah terpencil, serta meningkatkan efisiensi transaksi secara keseluruhan.

Saat ini, sistem pembayaran elektronik tidak hanya memiliki fungsi sebagai media transaksi saja, tapi juga dianggap nilai yang penting untuk konsumen karena digital payment juga lebih menghemat waktu, serta memudahkan konsumen dalam bertransaksi sehingga setiap UMKM sebaiknya menggunakan metode digital payment dalam bertransaksi.

Begitupun dengan UMKM seperti Cafe Kopi API Makassar merupakan salah satu pelaku usaha di sektor kuliner yang mengadopsi digital payment sebagai opsi pembayaran untuk para pelanggannya. Namun, meskipun adanya kemudahan dan manfaat dalam menggunakan digital payment, masih terdapat beberapa kendala dalam penerapan sistem ini. Salah satunya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan konsumen. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman individu tentang konsep-konsep dasar terkait dengan pengelolaan keuangan pribadi atau bisnis. Tingkat literasi keuangan yang rendah dapat menjadi hambatan bagi konsumen dalam memahami manfaat dan risiko penggunaan digital payment secara efektif. Dalam konteks Cafe Kopi API Makassar, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen dalam menggunakan digital payment. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna bagi Cafe Kopi API Makassar serta cafe-cafe lainnya dalam meningkatkan penerimaan dan kepuasan pelanggan melalui penerapan digital payment secara efektif.

Ho1 Literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap konsumen cafe kopi api Makassar.

Ho2 Digital payment berpengaruh signifikan terhadap konsumen cafe kopi api Makassar.

Ho3 Literasi Keuangan Dan Digital Payment Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Konsumen Cafe Kopi Api Makassar.

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

Literasi keuangan juga dapat digunakan untuk mengambil sebuah keputusan yang dapat dilihat dari output laporan keuangan, biasanya keputusan yang diambil secara internal dilakukan oleh pemilik atau manajer demi menjaga keberlanjutan usaha. Sikap yang dapat dilihat dari segi literasi keuangan yaitu bagaimana pemilik dalam merencanakan investasi, konsumsi, tabungan dalam pengelolaan keuangannya. Selain itu, dalam mengatur problem keuangan yang diukur dengan respon pendapat yang dapat menyelesaikan problem tersebut. Menurut Rancangan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 pengertian literasi keuangan adalah pengetahuan (knowledge), keyakinan (confidence), dan keterampilan (skill), yang mempengaruhi sikap (attitude) dan perilaku (behaviour) untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan sangat terkait dengan perilaku, kebiasaan dan pengaruh dari faktor eksternal. Menurut Ningsih, (2017) Literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan tentang keuangan akan tetapi juga kemampuan dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan keuangan yang relatif tepat untuk kepentingan masa depan. Ketika pelaku usaha memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, maka akan cenderung mampu mengelola keuangan usahanya secara lebih baik, serta mampu mengenali dan mengakses sumber daya keuangan sehingga diharapkan akan dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya.

Digital Payment atau disebut sebagai **pembayaran digital** adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms banking, internet banking, mobile banking dan dompet elektronik. Menurut Wahyu dalam Firmansyah (2013:78) Electronic Payment merupakan system pembayaran yang mendukung pada e-commerce dan memberi keuntungan pada transaksi bisnis dengan meningkatkan layanan kepada pelanggan, peningkatan proses cash management, hemat waktu dan efisien, transaksi pembayaran dapat dilakukankapan saja, dimana saja, dengan berbagai media dan tidak terbatas. Layanan epayment digunakan untuk berbagai kebutuhan melalui Payment Media Bank (ATM, phone banking, internet banking, mobile banking, teller). Sedangkan Pembayaran elektronik menurut Trihasta & Julia Fajaryanti (2014) adalah pembayaran secara elektronik, didalam pembayaran elektronik uang disimpan, diproses, dan di terima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inialisasi melalui alat pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui uang tunai, cek, atau kartu kredit. Sedangkan pembayaran elektronik dilakukan menggunakan softwere 8 tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponenkomponen utama dari sistem pembayaran

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

elektronik antara lain: aplikasi pemindahan uang infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut.

Perilaku Konsumen (2021) oleh Hawkins, Mothersbaugh, dan Best: mengatakan bahwa Perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok, maupun organisasi, beserta rangkaian proses yang digunakan dalam menyeleksi, mendapatkan, menggunakan, atau mengganti pemakaian produk, jasa, pengalaman, ataupun ide, sebagai upaya memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Sedangkan menurut Menurut (Kotler dan Keller, 2016) perilaku konsumen merupakan studi tentang cara individu, kelompok, dan organisasi menyeleksi, membeli, menggunakan, dan mendisposisikan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Ada beragam faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2018:159-173) terkandung empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk. Faktor-faktor tersebut yaitu sebagai berikut : (1) Faktor Kebudayaan. (2) Faktor Sosial. (3) Faktor Pribadi. (4) Faktor Psikologis.

2. Literature Review

Menurut. Bidasari (2023) Peran Literasi Keuangan dan Literasi Digital dalam Meningkatkan Kinerja UMKM mengatakan bahwa literasi keuangan dan literasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sehingga kedua hipotesis di terima. Informasi dari hasil temuan menunjukkan bahwa kinerja UMKM yang meningkat di pengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya ialah literasi keuangan dan literasi digital. Dengan demikian kondisi ini tentunya menjadi prioritas bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan literasi keuangan dan literasi digital. Hasil temuan ini memberikan informasi bahwa literasi keuangan dan literasi digital merupakan elemen penting yang mampu meningkatkan kinerja UMKM. Sedangkan menurut Dina Oktaviani (2020) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.using current and primary sources from trusted international references (top tier-journals).

3. Method, Data, and Analysis

Pendekatan yang dipergunakan pada penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan tetap dari cafe tersebut. Instrumen .penelitian yg dipergunakan berupa kuesioner menggunakan skala Likert lima taraf. pada penelitian ini peneliti mengambil teknik simple secara acak sampling yaitu penarikan sampel random jadi tidak di batasi namun dapat **Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...**

mewakili seluruh populasi. Analisis data serta pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, Uji partial dan simultan dengan menggunakan aplikasi SPSS.

4. Result and Discussion

4.1. Table and Figure

Hasil Uji Analisis Data dan Hipotesis

4.2 Equation

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai besarnya pengaruh variabel bebas (Literasi Keuangan (X_1) dan Digital Payment (X_2) terhadap variabel terikat (Konsumen (Y)). Pengolahan data dilakukan dengan memakai metode statistik serta model regresi linier berganda. Selain untuk menguji hipotesis penelitian yg sudah ditetapkan sebelumnya, analisis regresi dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh simultan dan parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat sebagai berikut.

Pada persamaan regresi linier berganda diatas memiliki makna sebagai berikut:

Konstanta. Dapat dijelaskan bahwa konstanta sebesar 7,215 menunjukkan jika semua variabel bebas yaitu Literasi Keuangan dan Digital Payment diasumsikan bernilai 0 (konstan), maka tingkat perilaku konsumen akan mengalami penurunan sebesar 7,215.

Literasi keuangan. Koefisien regresi untuk variabel Literasi Keuangan sejumlah 0,229 memiliki makna setiap ada peningkatan literasi keuangan satu satuan maka akan meningkatkan perilaku konsumen sebesar 0,229 atau 22,9%.

Digital payment. Koefisien regresi Digital Payment sejumlah 0,289 artinya setiap ada peningkatan digital payment satu satuan maka akan meningkatkan perilaku konsumen sebesar 0,289 atau 28,9%. Pengaruh kedua variabel independen yaitu literasi keuangan dan digital payment terhadap variabel dependen perilaku konsumen secara parsial diukur dari nilai koefisien regresi. Apabila koefisien regresinya positif berarti memiliki pengaruh yang positif serta bila koefisien regresinya negatif berarti pengaruhnya negatif pula. Agar mengetahui apakah pengaruh tersebut signifikan atau tidak, dapat diukur dari nilai t hitung dari masing-masing variabel independen. Jika t hitung $>$ t tabel berarti pengaruh tersebut signifikan, sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel berarti pengaruh tersebut tidak signifikan. Sebelum mengetahui pengaruh variabel-variabel tersebut, terlebih dahulu dijelaskan nilai konstanta dan nilai dari koefisien regresinya.

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

Table and Figure

Hasil Uji Hipotesis

A.Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen (Literasi Keuangan) dan (Digital Payment) terhadap variabel dependen (Konsumen). Variabel independen dikatakan berpengaruh secara signifikan apabila nilai $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ dengan taraf keyakinan sebesar 95% ($\alpha = 0,05$) dengan jumlah responden atau sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang.

Adapun cara yang digunakan dalam penentuan t_{Tabel} yaitu $t_{Tabel} = t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-2-1) = (0.025; 97)$ sehingga didapatkan t_{Tabel} sebesar 1,984. Hasil uji T parsial dengan menggunakan SPSS versi 22 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7.215	3.764		1.917	.066
	Literasi Keuangan	.229	.122	.285	1.882	.071
	Digital Payment	.289	.085	.518	3.415	.002

a. Dependent Variable: Konsumen

Sumber: diolah berdasarkan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji t parsial diatas dapat kita simpulkan bahwa:

- a. Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh (Literasi Keuangan (X1)) terhadap Konsumen (Y) adalah sebesar $0,026 < 0,05$ dan nilai $t_{Hitung} 1,882 > t_{Tabel} 1,984$. Maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama diterima, artinya ada pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Konsumen (Y).

Berdasarkan data hasil pengujian yang diperoleh koefisien regresi sebanyak 0,289 yang berarti koefisien regresi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen. Sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,002. Jika dibandingkan dengan tingkat Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

signifikansi 0,05 maka memberikan nilai signifikansi lebih kecil disbanding menggunakan tingkat signifikansi yaitu $0,002 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t table ($3,415 > 1,984$) sehingga dengan kata lain digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen, jadi hipotesis kedua yang diajukan diterima.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian yang dilakukan di tahap ini merupakan uji regresi menggunakan uji statistik F. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan terdapat atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan hasilnya dapat dilihat di bawah ini: Tabel 3. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	F Tabel	Sig.
Regression	290,028	3	96,676	34,869	2,658	,000 ^b
Residual	266,162	96	2,773			
Total	556,190	99				

Hipotesis pada penelitian ini ialah Literasi keuangan (x1), Digital payment (x2) berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Dengan kriteria penerimaan sebagai berikut : hasil uji simultan variabel Literasi keuangan (x1), digital payment (x2) terhadap perilaku konsumen secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebanyak 34,869 serta F tabel sebesar 2,658 menggunakan taraf signifikan F sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 (lima%) dan hasilnya menyatakan bahwa secara simultan seluruh variabel independent yaitu literasi keuangan dan digital payment berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumen di Cafe Kopi Api, Makassar.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Nilai koefisien determinasi menunjukkan kapasitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Keandalan model regresi dalam memprediksi variabel dependen dapat dijelaskan dengan mengetahui nilai koefisien determinasi. Model prediksi model penelitian yang diajukan semakin akurat jika nilai R² semakin tinggi. Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk memprediksi besarnya dan signifikansi pengaruh yang diberikan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Koefisien determinasi mempunyai nilai pada kisaran 0 sampai 1. Bila nilainya mendekati satu (1), maka mengindikasikan bahwa variabel independen mengandung hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. namun, penurunan nilai

R^2 memberikan bahwa kapasitas variabel-variabel independen dalam menyebutkan variabel dependen sangat terbatas Ghozali (2016).

Tabel 4. Koefisien Determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,521	,506	1,66509

a. Predictors: (Constant), literasi keuangan,digital payment

b. Dependent Variable: perilaku konsumen

Sesuai analisis pada tabel 4 di atas, sehingga diperoleh hasil adjusted R^2 sebesar 0,506. Hal ini menunjukkan bahwa 50,6% variabel perilaku konsumen akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya yaitu literasi keuangan (x1), digital payment (x2), sisanya 40,4% variabel perilaku konsumen akan ditentukan oleh variabel-variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. Sedangkan hasil dari nilai R yaitu 0,722 ialah hubungan positif dan kuat antara variabel literasi keuangan serta digital payment terhadap perilaku konsumen menggunakan persentase 72,20% serta sisanya 27,80% ditentukan variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumen.

Hasil dari penelitian ini membuktikan kebenaran dari hipotesis pertama bahwa secara parsial Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Konsumen di Cafe Kopi Api Makassar. Hal ini dapat dilihat dari uji t dengan menggunakan IBMSPSS Statistik dimana nilai signifikan dari Literasi Keuangan lebih besar dari nilai standar signifikan dan nilai tHitung lebih kecil dari nilai tTabel, yang berarti hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dikemukakan bahwa Konsumen akan meningkat dikarenakan adanya Literasi Keuangan meskipun pengaruhnya relatif kecil.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahendra (2015) bahwa Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku belanja. Dengan mengategorikan literasi keuangan menjadi Literasi Persepsi & Aktual. Temuan ini menjelaskan bahwa kemungkinan adanya faktor dari luar seperti ekonomi, perubahan gaya hidup, dan usia dapat mengubah perilaku belanja seseorang. Dimana literasi keuangan menjadi bukan prioritas lagi akan tetapi kondisi menjadi faktor yang sangat mempengaruhi, tidak menutup kemungkinan literasi keuangan dapat meminimalisir perilaku belanja yang konsumtif.

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

Literasi Keuangan merupakan konsep pemahaman mengenai produk dan konsep keuangan dengan bantuan informasi dan saran, sebagai kemampuan untuk mengidentifikasi dan memahami risiko keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan dengan tepat (Vidovicova, pada penelitian Wicaksono, 2015).

2. Pengaruh Digital Payment Terhadap Konsumen.

Hasil dari penelitian ini membuktikan kebenaran dari hipotesis kedua bahwa secara parsial Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Konsumen di Cafe Kopi Api Makassar. Hal ini dapat dilihat dari uji t dengan menggunakan IBM SPSS Statistik dimana t Hitung lebih besar dari nilai t Tabel yaitu dan nilai signifikan lebih kecil yang berarti hipotesis di terima. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat dikemukakan bahwa Konsumen akan meningkat dikarenakan adanya Digital payment di Cafe Kopi Api Makassar.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Annisa nur (2022) E-commerce didefinisikan sebagai proses pembelian, penjualan, mentransfer atau bertukar produk, jasa atau informasi melalui jaringan komputer melalui Internet. Dengan mengambil bentuk-bentuk tradisional dari proses bisnis dan memanfaatkan jejaring sosial melalui internet, strategi bisnis dapat berhasil jika dilakukan dengan benar, yang akhirnya menghasilkan peningkatan pelanggan, kesadaran merek dan pendapatan. Keputusan pembelian pelanggan dipengaruhi oleh persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap dan keyakinan. Persepsi dipantulkan ke pada bagaimana pelanggan memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk pengetahuan. Motivasi tercermin keinginan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

Sederhananya, metode pembayaran ini memanfaatkan jaringan internet dan sejumlah perangkat untuk mendapatkan benefit kepraktisan, efisiensi, kecepatan, dan kemudahan. (Menurut Niko ramadhani 2022).

3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment Terhadap Konsumen.

Hasil dari penelitian ini membuktikan kebenaran dari hipotesis ketiga bahwa secara simultan Literasi Keuangan dan Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Konsumen di Cafe Kopi Api Makassar. Hal ini dapat dilihat dari uji f dengan menggunakan IBM SPSS Statistik dimana f Hitung lebih besar dari f Tabel dan signifikan yang berarti Hipotesis diterima. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa jika Literasi Keuangan yang baik dan Digital payment maka Konsumen di Cafe Kopi Api

Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Penggunaan Digital Payment...

Makassar akan meningkat.

Hasil penelitian sebelumnya yang di lakukan oleh Yogi Andi Purnomo menunjukan pengaruh Literasi keuangan dan Digital payment terhadap konsumen berpengaruh tinggi (baik) dan signifikan.

Menurut Musnaini, dkk dalam buku Manajemen Pemasaran (2021), perilaku konsumen adalah proses pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan pengevaluasian produk untuk memenuhi kebutuhan atau memuaskan keinginan.

Conclusion and Suggestion

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumen adalah bahwa tingkat literasi keuangan dapat berpengaruh signifikan pada perilaku konsumen. Tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung berdampak positif pada perilaku konsumen. Konsumen yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep keuangan dan investasi cenderung membuat keputusan finansial yang lebih cerdas dan berencana dengan lebih baik untuk masa depan. Digital Payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap Konsumen dimana Digital payment memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan transaksi keuangan. Penggunaan aplikasi mobile atau platform online memungkinkan konsumen untuk melakukan pembayaran dengan cepat dan mudah, tanpa harus membawa uang tunai atau kartu fisik. Hal ini juga membuat pembayaran menjadi lebih keterjangkauan, karena sebagian besar aplikasi pembayaran digital tidak memerlukan biaya transaksi atau biaya administrasi yang tinggi. Literasi keuangan dan digital payment merupakan komponen yang saling melengkapi dan mempengaruhi dalam membentuk perilaku konsumen. Oleh karena itu, upaya meningkatkan literasi keuangan dan memperkuat infrastruktur digital payment harus terus didorong oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat secara keseluruhan untuk memberikan manfaat yang lebih besar bagi konsumen dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Reference

Journal

- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2019). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99-110.
- Amaliyah, R., & Witiastuti, R. S. (2015). Analisis Faktor Yang mempengaruhi tingkat literacy keuangan dikalangan UMKM kota tegal . *manajemen analysis jurnal* 4 (3), 256.

- Aribawa, D. (2016). pengaruh literacy keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di jawa tengah . jurnal siasat bisnis Vol. 20 No 1, januari 2016, 8
- Fernandes et al. (2014) Financial Literacy, Financial Education and Downstream Financial Behaviors. Management Science.
- Firmansyah. 2013. "Perbedaan Loyalitas Konsumen Pada E-Payment Tcash Berdasarkan Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Pelanggan." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952. 78:2013- 15.
- Lusardi, A. (2012). Numeracy, financial literacy, and financial decision-making No. w17821. National Bureau of economic research, 8.
- Liébana-Cabanillas et al. (2020): Mobile Payment Adoption in the Age of Digital Transformation: The Case of Apple Pay. *Sustainability*, 12, 5443.
- Ningsih. 2017. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Di Kabupaten Jember. Universitas Jember
- Trihasta, Deni dan Julia Fajaryanti. 2014. E-Payment Sistem. *Proceeding, Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008)*. ISSN: 1411-6286.
- Mothersbaugh, D. L., & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, Thirteenth Edition. In Mc Graw Hill Education .