

**PENGARUH *FEAR OF MISSING OUT*, LITERASI KEUANGAN, DAN
PENGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP *IMPULSIVE BUYING*
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Ajeng Anindita Siwi

Akuntansi, Universitas Negeri Yogyakarta

ajenganindita.2021@student.uny.ac.id

Ratna Candra Sari

Staf Pengajar Jurusan P. Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta

ratna_candrasari@uny.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *fear of missing out* terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta; (2) pengaruh literasi keuangan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta; (3) pengaruh penggunaan dompet digital terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta Angkatan 2021-2024 sebanyak 3.538 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 97 mahasiswa yang digenapkan menjadi 100. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner online yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan metode regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji statistik F, dan uji statistik t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *fear of missing out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta; (2) literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta; (3) penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta.

Kata kunci: *fear of missing out*, *impulsive buying*, literasi keuangan, penggunaan dompet digital.

Abstract

The purpose of this research is to investigate: (1) the effect of fear of missing out on impulsive buying in students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University; (2) the effect of financial literacy on impulsive buying in students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University; (3) the effect of using digital wallets on impulsive buying in student of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University. This research using quantitative methods. The population in the research is all students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University 2021-2024, total 3.538 students. The sampling technique uses purposive sampling technique with a sample of 97 students which was rounded up to 100. The data collection technique used an online questionnaire that had been

tested for validity and reliability. Data quality tests uses descriptive statistic, classical assumptions, and hypothesis testing uses multiple linier regression methods, coefficient of determination tests, F statistical tests, and t statistical tests. The research results show that: (1) fear of missing out has a positive effect and significant effect on impulsive buying in students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University; (2) financial literacy has a negative effect and significant effect on impulsive buying in students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University; (3) the use of digital wallets has a positive effect and significant effect on impulsive buying in students of the Faculty of Economics and Business Yogyakarta State University.

Keywords: *fear of missing out, financial literacy, impulsive buying, use of digital wallets.*

PENDAHULUAN

Di era modern saat ini, perkembangan teknologi ini mampu menarik perhatian masyarakat karena sangat memudahkan dalam bertransaksi serta membuat keinginan masyarakat dapat diakses dengan mudah. Satu diantara banyaknya aspek perilaku konsumen yang menarik perhatian adalah *impulsive buying*. Perilaku Impulsif muncul ketika individu terpengaruh atas pembelian dan tidak dapat mengendalikan diri (Solomon, 2019). Konsumen yang kerap terlibat dalam *impulsive buying* mempunyai kecenderungan lebih rutin mendatangi lokasi yang sama guna meredam dorongan spontan mereka di waktu mendatang. Fenomena ini cukup menonjol di kalangan mahasiswa yang relatif belum stabil secara finansial namun memiliki akses mudah ke berbagai layanan digital dan penggunaan dompet digital. Mahasiswa saat ini cenderung menghabiskan uang mereka untuk hal-hal yang mereka inginkan dibandingkan kebutuhan sehari-hari (Rosa & Listiadi, 2020). Mahasiswa sering

kali menghadapi masalah kekurangan dana darurat dan tabungan yang cukup yang menyebabkan mereka kehabisan uang sebelum masanya. Berdasarkan penelitian Hariyani & Prasetyo (2023) menyatakan bahwa mahasiswa belum menyiapkan anggaran kebutuhan (dana darurat) yang cukup untuk mengatasi kebutuhan keuangan mendadak, mahasiswa cenderung memilih bergantung pada sumber keuangan lainnya, seperti dukungan keluarga atau mengandalkan tabungan pribadi. Hal ini berkaitan dengan pentingnya dana darurat yang terpisah untuk menjaga kestabilan finansial. *Impulsive buying* terjadi akibat kurangnya penerapan manajemen keuangan pribadi, terutama dalam hal pencatatan dan pengelolaan keuangan yang bukan merupakan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari (Jabar & Delayco, 2021).

Berdasarkan hasil pra survei sebanyak 60,9 persen (14 mahasiswa) melakukan *impulsive buying* sedangkan sebanyak 39,1 persen (9 mahasiswa) tidak melakukan

impulsive buying pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta. Selanjutnya, menurut hasil pra survei yang dilakukan terhadap 60,9 persen (14 mahasiswa) yang melakukan *impulsive buying*, tingkat FoMO yang tinggi, kurangnya pengetahuan tentang literasi keuangan, dan penggunaan dompet digital secara luas merupakan karakteristik yang mendorong perilaku *impulsive buying*.

Fear of Missing Out adalah perasaan ketika seseorang melihat individu lainnya merasakan pengalaman yang dianggap lebih hebat dari pengalamannya sendiri dan mereka merasa cemas dan takut akan tertinggal (Przybylski *et al.*, 2013). Mahasiswa menunjukkan kurangnya pertimbangan ekonomi dalam keputusan pembelian dan sering kali mudah terpicat hal-hal yang menjadi tren terbaru karena keinginan untuk terlihat mengikuti dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya (Alif Syandana & Rama Dhania, 2024).

Fear of Missing Out mempengaruhi *impulsive buying*, hal tersebut selaras akan penelitian Agustina *et al* (2024), Aishwarya Irza *et al* (2024) dan Rana Deliana *et al* (2024) yang memperlihatkan temuan bahwasanya FoMO memengaruhi *impulsive buying* secara positif dan signifikan. Sedangkan penelitian yang dijalankan Defi

Kurniawati & Medina Amalia (2024) menyatakan bahwasanya *Impulsive Buying* dipengaruhi oleh FoMO secara signifikan.

Pengertian mengenai literasi Keuangan (OJK, 2021) adalah proses yang meningkatkan pengetahuan, kemampuan konsumen pada pengelolaan keuangan dengan baik. Pentingnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan menjadi suatu permasalahan yang dialami manusia dalam kehidupannya. Rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa dapat menyebabkan ketidakmampuan dalam membuat keputusan finansial yang baik.

Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (OJK, 2024) mencatat indeks literasi keuangan menurut pekerjaan salah satunya yaitu pelajar atau mahasiswa memiliki indeks sebesar 56,42 persen lebih rendah dibandingkan pekerjaan atau kegiatan sehari-hari lainnya. Rendahnya literasi keuangan ini berdampak pada kurangnya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan, termasuk penyediaan dana darurat. Hasil SNLIK mengindikasikan bahwa banyak mahasiswa belum memiliki dana darurat yang memadai. Sesuai dengan SNLIK yang dijalankan OJK menampilkan presentase literasi keuangan masyarakat Indonesia tahun 2024 yaitu 65,43 persen, menunjukkan peningkatan dari tahun 2022 yang semula hanya 49,68 persen. Sementara

indeks inklusi keuangan tahun 2024 75,02 persen mengalami penurunan dari inklusi tahun 2022 sebesar 85,10 persen. Hal ini memperlihatkan gap diantara tingkat literasi dan tingkat inklusi keuangan semakin mengalami penurunan drastis dari 25,42 persen di tahun 2022 menjadi 9,59 persen di tahun 2024.

Transaksi telah menjadi bagian dari kebutuhan serta gaya hidup setiap orang karena adanya kemajuan teknologi keuangan ini (Mujahidin, 2020). Publik telah memahami signifikansi penggunaan instrumen transaksi non-fisik, yakni melalui pemanfaatan uang digital. Uang digital didasarkan oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 yang mendukung upaya BI untuk meminimalkan penggunaan uang tunai. Masyarakat tidak diharuskan membawa uang tunai, tidak perlu menyimpan kembalian uang receh di setiap transaksi karena pembayaran saat ini dimudahkan dan cepat melalui pemindaian *online*.

Dompot digital merupakan salah satu bentuk teknologi finansial yang memanfaatkan internet untuk memudahkan akses transaksi dimanapun. Semua transaksi pembelian tidak hanya menggunakan pembayaran tunai saja, namun dapat juga melakukan pembayaran secara non tunai berbasis aplikasi seperti dompot digital (Rahma Yanti & Isnaeni, 2022). Dengan ini

menunjukkan kegunaan dompot digital yang nyaman dan praktis menjadi alasan masyarakat banyak menggunakan dompot digital dalam kegiatan sehari-hari dan menjadi inovasi dalam sistem pembayaran modern.

Berdasarkan laporan katadata (2023), terdapat beberapa metode pembayaran yang terbanyak dipergunakan di Indonesia diantaranya *e-wallet*, Tunai/COD, Transfer Bank, *Playlater*, Alfamart/Indomaret, Kartu Debit, dan Kartu Kredit. Sementara dompot digital berfungsi sebagai sarana pembayaran elektronik yang terbanyak dipergunakan di Indonesia dengan 84,3 persen pada tahun 2023. Generasi muda sangat minat dengan penggunaan dompot digital karena dapat membantu mereka melakukan transaksi *online* menjadi lebih mudah yang sering kali membuat mahasiswa menjadi boros dan tidak bisa memilah mana yang harus diprioritaskan. Transaksi *online* tidak selalu berdampak positif bagi mahasiswa, terutama bila tidak digunakan secara bijak, karena dapat memicu perilaku pembelian impulsif tanpa disadari.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Fear of Missing Out*, Literasi Keuangan, Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap *Impulsive Buying* Mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta”.

KAJIAN LITERATUR

1. Theory Planned of Behavior (TPB)

Perilaku individu melalui proses rasional yang berorientasi pada pencapaian tujuan tertentu dengan mengikuti pola pikir individu disebut *Theory Planned of Behavior (TPB)* (Ajzen, 1991). Fokus utama teori ini adalah keinginan individu untuk berperilaku. Teori ini lebih mempertimbangkan bagaimana persepsi perilaku mempengaruhi pencapaian tujuan (Ghozali, 2020).

Hubungan antara teori perilaku yang direncanakan dengan penelitian ini yaitu TPB dapat digunakan untuk memahami apa yang mempengaruhi *Impulsive Buying*. *Fear of Missing Out* dapat mempengaruhi *Impulsive Buying* karena adanya tekanan dari luar (norma subyektif) yang membuat mahasiswa melakukan pembelian dengan cepat tanpa berpikir akibatnya. Persepsi kontrol perilaku yang baik pada mahasiswa dapat membuat mahasiswa dapat mengontrol perilaku keuangan mereka untuk mencapai tujuan kesejahteraan finansial. Sedangkan sikap positif yang dimiliki mahasiswa kerap mempengaruhi terjadinya *Impulsive Buying*, mereka akan beranggapan menggunakan dompet digital akan membuat transaksi lebih mudah, aman, dan bermanfaat. Berdasarkan Penelitian Ajzen (1991), menjelaskan faktor

TPB yaitu sikap terhadap perilaku, persepsi kontrol perilaku, dan norma subyektif.

2. Theory of Financial Behavior

Teori perilaku keuangan menganalisis bagaimana seseorang dapat mengatur sumber daya keuangan mereka secara finansial dan psikologis (Safryani *et al*, 2020). Kemampuan dalam mengatur uang yang berkaitan dengan kewajiban seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya. Perilaku keuangan seseorang didorong oleh keinginannya untuk memenuhi biaya hidupnya sesuai dengan tingkat upahnya yang di peroleh (Ramadani, 2023).

Theory of Financial Behavior menurut Putri & Andayani, (2022) menjelaskan bagaimana faktor psikologis mempengaruhi cara seseorang menggunakan, melakukan, dan mengatur kekayaan mereka. Hubungan penelitian ini dengan *Theory of Financial Behavior* adalah menekankan pada literasi keuangan yang mana individu belajar bagaimana mengatasi bias dan emosi mereka agar dapat mengambil keputusan keuangan yang bijak. Sementara relevansi dengan *Impulsive Buying* yaitu menjelaskan bagaimana individu yang memiliki literasi yang bagus cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran mereka dan menghindari *Impulsive Buying*.

3. Impulsive Buying

Impulsive Buying adalah keputusan pembelian yang dijalankan dengan tidak adanya rencana serta terdorong dengan rasa emosional yang kuat (Marshel & Santoso, 2024). Perilaku *Impulsive Buying* muncul dengan tiba-tiba, dimana seseorang tidak mampu menahan keinginan untuk menjalankan pembelian barang yang sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama atau rencana awalnya (Sari, 2021).

Menurut Ikanubun (2019:3) indikator perilaku *impulsive buying* yaitu pembelian yang dijalankan dengan spontan tanpa perencanaan dahulu, pembelian yang terjadi tanpa mempertimbangkan konsekuensinya, dan pembelian yang didorong oleh kondisi emosional.

4. Fear of Missing Out (FoMO)

Kekhawatiran timbul karena remaja merasa khawatir tertinggal dari lingkungan pergaulannya jika tidak membeli barang bermerk atau lagi hits yang menjadi satu diantara banyaknya faktor yang mendorong perilaku impulsif disebut *Fear of Missing Out* (Indrabayu & Destiwati, 2022).

Menurut Przybylski *et al* (2013) indikator *Fear of Missing Out* yaitu *afraid* (ketakutan), *worry* (kekhawatiran), *anxious* (kecemasan).

5. Literasi Keuangan

Literasi Keuangan adalah kemampuan individu mengenai pemahaman finansial,

kemampuan menganalisis dan penerapan prinsip keuangan, perencanaan kebijakan keuangan, serta kesadaran akan risiko yang mungkin dialami saat pengambilan keputusan (Humaidi *et al.*, 2020).

Literasi Keuangan berperan dalam membantu individu memahami cara mengelola keuangan dengan bijak, menghindari kesalahan finansial, serta membentuk kebiasaan sehat dalam pengelolaan keuangan. Menurut Chen dan Volpe (1998) indikator literasi keuangan yaitu pengetahuan umum keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi.

6. Penggunaan Dompot Digital

Dompot digital (*E-Wallet*) merupakan sebuah perangkat lunak pada *smartphone online* yang dapat digunakan untuk berbagai transaksi *online* (Widiyanti, 2020). Dompot digital adalah salah satu bentuk perkembangan *Financial Technology (fintech)* untuk mendukung aktivitas keuangan dalam melakukan transaksi, yang pemakaian tiap tahunnya terus melonjak (Rahma Yanti & Isnaeni, 2022). Menurut Davis *et al* (1989) indikator penggunaan dompet digital yaitu manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan biaya dan tarif.

Hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap

rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: *Fear of Missing Out* berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*

H2: Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap *Impulsive Buying*

H3: Penggunaan Dompet Digital berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk bentuk penelitian kausal komparatif yang berupaya menentukan keterkaitan sebab-akibat antar variabel independen (*Fear of Missing Out*, Literasi Keuangan dan Penggunaan Dompet Digital) serta variabel dependen (*Impulsive Buying*). Pendekatan penelitian ini bersifat kuantitatif. Data primer menjadi dasar dalam perolehan temuan penelitian ini melalui instrumen yang diberi terhadap partisipan.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ekonomi dan Bisnis S1 pada Universitas Negeri Yogyakarta yaitu dari Program Studi Akuntansi, Pendidikan Akuntansi, Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Administrasi Perkantoran, dan Manajemen Angkatan 2021-2024 yang masih aktif.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang dilandasi oleh kriteria khusus. Kriteria sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu: (1) Mahasiswa aktif S1 FEB UNY Angkatan 2021-2024, (2) Pernah melakukan transaksi menggunakan dompet digital (DANA, Shopee-Pay, Go-Pay, OVO) lebih dari satu kali.

3. Data, Instrumen, dan Sampel

a. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari penyebaran angket/kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa dengan bantuan media *google form*.

b. Instrumen Penelitian

Skala pengukuran adalah konsensus yang dipakai sebagai pedoman guna menetapkan rentang interval pada suatu alat ukur yang digunakan sebagai pedoman dalam menyediakan data kuantitatif (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket tertutup. Skor untuk kusioner tersebut menggunakan skala likert 1-5.

Fear of Missing Out (FoMO) diukur menggunakan indikator menurut Przybylski *et al* (2013) yaitu *afraid* (ketakutan), *worry* (kekhawatiran), *anxious* (kecemasan). Skor diperoleh dari jumlah skor dari 7 pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda.

Literasi Keuangan diukur menggunakan indikator menurut Chen dan Volpe (1998) yaitu pengetahuan umum keuangan pribadi, tabungan dan pinjaman, asuransi, dan investasi. Skor diperoleh dari jumlah skor dari 9 pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda.

Penggunaan dompet digital diukur menggunakan indikator menurut Davis *et al* (1989) indikator penggunaan dompet digital yaitu manfaat penggunaan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan biaya dan tarif. Skor diperoleh dari jumlah skor dari 7 pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda.

Impulsive Buying diukur menggunakan indikator menurut Ikanubun (2019:3) indikator perilaku *impulsive buying* yaitu pembelian yang dijalankan dengan spontan tanpa perencanaan dahulu, pembelian yang terjadi tanpa mempertimbangkan konsekuensinya, dan pembelian yang didorong oleh kondisi emosional. Skor diperoleh dari jumlah skor dari 8 pertanyaan dengan jawaban pilihan ganda.

4. Teknik Analisis Data

a. Teknik Analisis Deskriptif

Sesuai perspektif Ghazali (2021), analisis statistik deskriptif mendeskripsikan pengelolaan data dilakukan dengan meninjau ukuran deskriptif yang mencakup mean, standar deviasi, varians, serta batas nilai tertinggi dan terendah.

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan uji regresi linier berganda maka harus dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Tujuan analisis regresi berganda adalah untuk menilai besarnya pengaruh dan arah relasi antara variabel bebas dan terikat. Rumus regresi linier berganda, yaitu:

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

Keterangan:

Y = *Impulsive buying*

A = Bilangan Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari variabel terikat

X_1, X_2, X_3 = *Fear of missing out*, literasi keuangan, penggunaan dompet digital

e = Jumlah produk antara X_3 dan Y untuk menguji hipotesis dalam analisis regresi linier berganda digunakan uji sebagai berikut:

1) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini ditujukan guna menilai dampak masing-masing variabel terikat terhadap variabel bebas dengan terpisah (Ghozali, 2021). Ada pun kriteria pengujian uji t yang berlaku yakni jika sig kurang dari $\alpha = 0,05$ maka variabel memengaruhi secara signifikan (hipotesis diterima), sedangkan bila sig $> \alpha = 0,05$ maka variabel tidak memengaruhi dengan signifikan (hipotesis ditolak).

2) Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apa semua variabel terikat yang digunakan pada model regresi layak untuk diuji lebih lanjut (Sari *et al*, 2022). Hipotesis diterima bila signifikan $< \alpha = 0,05$ yang menyatakan bahwasanya model regresi yang digunakan memiliki tingkat kesesuaian yang baik dan layak untuk diuji.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditujukan guna menilai berapa jauhnya model bisa menguraikan variabel dependennya (Ghozali, 2021). Besaran koefisien determinasi dalam interval 0 sampai 1. Makin besarnya nilai determinasi maka makin baik, karena menunjukkan semakin besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependennya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui perhitungan korelasi di antara skor atau butir pertanyaan dengan variabel (Ghozali, 2021). Kuesioner dikategorikan valid bila r hitung $> r$ tabel. Pada variabel *Fear of Missing Out* diketahui semua butir soal valid, pada variabel Literasi Keuangan diketahui semua butir soal valid, pada variabel Penggunaan Dompot Digital diketahui semua butir soal valid, pada variabel *Impulsive Buying* diketahui semua butir soal valid, sehingga dalam penelitian ini menggunakan 31 butir soal yang valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ket
X1	0,733	Reliabel
X2	0,805	Reliabel
X3	0,794	Reliabel
Y	0,916	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel *Fear of Missing Out*, Literasi Keuangan, Penggunaan Dompot Digital dan *Impulsive Buying* dikatakan reliabel karena telah memenuhi syarat nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.

2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Min	Max	Mean	SD
-----	-----	------	----

X1	18,00	34,00	28,34	3,453
X2	16,00	43,00	30,20	5,282
X3	15,00	35,00	28,92	3,810
Y	19,00	39,00	29,71	4,518
Valid N (listwise)				

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

- Variabel *Fear of Missing Out* (X1) memiliki nilai minimum 18,00 dan nilai maksimum 34,00, nilai mean 28,34 dan nilai SD 3,453. Disimpulkan SD lebih rendah dibanding mean menunjukkan bahwa distribusi data tidak terlalu bervariasi.
- Variabel Literasi Keuangan (X2) memiliki nilai minimum 16,00 dan nilai maksimum 43,00, nilai mean 30,20 dan nilai SD 5,282. Disimpulkan SD lebih rendah dibanding mean menunjukkan bahwa distribusi data tidak terlalu bervariasi.
- Variabel Penggunaan Dompot Digital (X3) memiliki nilai minimum 15,00 dan nilai maksimum 35,00, nilai mean 28,92 dan nilai SD 3,810. Disimpulkan SD lebih rendah dibanding mean menunjukkan bahwa distribusi data tidak terlalu bervariasi.
- Variabel *Impulsive Buying* (Y) memiliki nilai minimum 19,00 dan nilai maksimum 39,00, nilai mean 29,71 dan nilai SD 4,518. Disimpulkan SD lebih rendah dibanding mean menunjukkan bahwa distribusi data tidak terlalu bervariasi.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

Variabel	Sig	Level of Sig	Ket
Residual	0,20	0,05	Normal

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas, dapat dilihat nilai signifikansi residual sebesar 0,20 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan residual pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF
X1	0,968	1,033
X2	0,877	1,140
X3	0,871	1,147

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF tiap variabel independen lebih kecil dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig t
X1	0,564
X2	0,296
X3	0,334

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Hasil uji Glejser menunjukkan dari nilai signifikansi diatas tingkat kepercayaan 5%

atau $\text{Sig} > 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Hasil Uji Hipotesis

Uji Hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel independen, yaitu *Fear of Missing Out*, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompet Digital terhadap variabel dependen *Impulsive Buying*. Hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda

R	0,665 ^a
R Square	0,442
Adjusted R Square	0,425
Unstandardized Coefficients B	X1 = 0,288 X2 = -0,172 X3 = 0,829
F hitung	25,343
Sig.	0,000 ^b

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

5. Pembahasan

a. Pengaruh *Fear of Missing Out* Terhadap *Impulsive Buying*

Hipotesis pertama pada penelitian ini yaitu *Fear of Missing Out* berpengaruh positif terhadap *Impulsive Buying*. Setelah dilakukan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwasanya nilai koefisien regresi bernilai 0,288 dan sig. 0,005. Nilai koefisien regresi positif dan signifikan level 5% ($0,005 <$

0,05). Berikut ini bisa ditarik simpulan bahwasanya **H1 diterima**, yaitu *Fear of Missing Out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* dimana makin tingginya dorongan *Fear of Missing Out*, sehingga akan makin tingginya perilaku *Impulsive Buying* yang terjadi.

Temuan penelitian ini selaras akan *Theory of Planned Behavior*, Teori ini turut berlandaskan pada instensi individu yang disebabkan oleh persepsi terhadap kontrol perilaku, norma subjektif, serta pandangan atau sikap terhadap tindakan tersebut (Ajzen., 1991).

b. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying*

Pada hipotesis kedua, diasumsikan bahwa tingkat literasi keuangan berkontribusi secara negatif terhadap kecenderungan *Impulsive Buying*. Setelah dilakukan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwasanya nilai koefisien regresi bernilai dengan besaran 0,172 dengan arah negatif dan nilai signifikansi dengan besaran 0,016. Nilai koefisien regresi negatif dan signifikan level 5% ($0,016 < 0,05$) yang dimana memperlihatkan bahwasanya variabel Literasi Keuangan memengaruhi *Impulsive Buying* secara negatif dan signifikan. Dengan ini dapat ditarik simpulan bahwasanya **H2 diterima**, yaitu Literasi Keuangan

memengaruhi *Impulsive Buying* secara negatif dan signifikan berarti makin tingginya pemahaman Literasi Keuangan seseorang maka akan menurunkan perilaku *Impulsive Buying* begitu pula sebaliknya.

Temuan penelitian ini sejalan akan teori perilaku keuangan, teori tersebut menguraikan mengenai kapasitas individu dalam pengelolaan, perencanaan dan pengendalian keuangan keseharian (Wahyuni & Raprayogha, 2021). Menurut OJK (2021) guna mencapai pengelolaan keuangan yang optimal, diperlukan disiplin dan perencanaan yang matang, seperti mencatat aset, mengidentifikasi pengeluaran rutin, menyusun anggaran, menabung, serta merencanakan keuangan.

c. Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap *Impulsive Buying*

Pada hipotesis ketiga, diasumsikan bahwa tingkat literasi keuangan berkontribusi secara negatif terhadap kecenderungan *Impulsive Buying*. Setelah dilakukan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien regresi bernilai dengan besaran 0,829 dan bernilai signifikansi dengan besaran 0,000. Nilai koefisien regresi positif dan signifikan level 5% ($0,000 < 0,05$) yang di mana memperlihatkan bahwasanya variabel Penggunaan Dompot Digital memengaruhi *Impulsive Buying* secara positif dan signifikan. Dengan ini dapat

disimpulkan bahwasanya **H3 diterima**, yaitu di mana semakin mudah Penggunaan Dompot Digital maka akan menghasilkan peningkatan kecenderungan perilaku *Impulsive Buying*.

Temuan penelitian selaras akan *Theory of Planned Behavior*, dikarenakan teori tersebut menguraikan suatu tindakan yang didasari niat dengan dipengaruhi faktor sikap yang artinya individu memiliki sikap positif terhadap Penggunaan Dompot Digital seperti menganggapnya cepat, aman, praktis.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

a. *Fear of Missing Out* memengaruhi *Impulsive Buying* secara positif dan signifikan. Dibuktikan oleh koefisien regresi dengan besaran 0,288 dan nilai signifikansi dengan besaran 0,005 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya FoMO berpengaruh positif dan signifikan *Impulsive Buying* (H1 diterima).

b. Literasi Keuangan memengaruhi *Impulsive Buying* secara negatif dan signifikan. Dibuktikan oleh koefisien regresi dengan besaran 0,172 dengan arah negatif dan nilai signifikansi dengan besaran 0,016. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan *Impulsive Buying*. (H2 diterima).

c. Penggunaan Dompot Digital memengaruhi *Impulsive Buying* secara positif signifikan. Dibuktikan oleh koefisien regresi dengan besaran 0,829 dan nilai signifikansi dengan besaran 0,000 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Hasil ini memperlihatkan bahwasanya Penggunaan Dompot Digital berpengaruh positif dan signifikan *Impulsive Buying* (H3 diterima).

2. Implikasi

Implikasi penelitian secara teoritis yaitu hasil penelitian ini berguna untuk pengetahuan pengelolaan keuangan kaitannya dengan berbagai faktor yang memengaruhi *Impulsive Buying*. Implikasi secara praktis yaitu hasil penelitian ini memberi masukan kepada mahasiswa dan institusi pendidikan. Ketika akan melakukan pembelian, mahasiswa perlu memahami bagaimana mengelola keuangan yang baik dan perlunya membatasi kecenderungan *Impulsive Buying* agar tidak boros. Sedangkan bagi institusi pendidikan, perlu untuk mengembangkan program pelatihan Literasi Keuangan, sehingga dapat memfasilitasi mahasiswa dalam memahami cara mengatur keuangan yang baik dan mengurangi kecenderungan untuk melakukan *Impulsive Buying*.

3. Saran

a. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat mengontrol pikiran dan sikap agar tidak mudah mengikuti segala hal yang sedang menjadi tren dan dapat membuat anggaran bulanan yang jelas, misalnya menabung untuk investasi atau dana darurat, sehingga setiap pengeluaran menjadi lebih terarah dan terkontrol. Membatasi akses ke *platform* belanja *online* dan merencanakan pengeluaran lebih matang dapat membantu mengurangi pembelian barang yang tidak diperlukan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berikutnya, harapannya bisa meluaskan lingkup penelitian dengan menambah jumlah responden sehingga bisa memahami detail faktor serta perbandingan yang beragam. Lebih lanjut, dibutuhkan juga penambahan variabel lainnya yang mempengaruhi pembelian impulsif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hariyani, R., & Prasetyo, T. (2023). Persepsi Mahasiswa Mengenai Manajemen Keuangan Pribadi Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Ekonomi Di Indonesia: *Jurnal Ekonomi & Manajemen* Vol.21, No.1.<https://doi.org/10.31294/jp.v21i1>
- Indrabayu, A., & Destiwati, R., (2022). The Influence of Intrapersonal Communication and Fear of Missing Out on Hedonism In Generation Z in Denpasar. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*,3(4),2169–2175.
- Jabar, M. A., & Delayco, M. L. C. (2021). Impulsive Buying and Financial Literacy Among Public Elementary and High School Teachers in the Philippines. *DLSU Business & Economics Review*, 31(1), 42–54.
- Katadata. (2023, 26 Juni 2023). Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Berbelanja Online.
- Kurnia, A. D., Amalia, J.M. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out dan Financial Literacy terhadap Impulsive Buying pada Generasi Z. *Neraca Manajemen Ekonomi*. 12(9).
- Marshall, D., & Santoso, B. (2024). Pengaruh Pembelian Impulsif Terhadap Tingkat Kunjungan Ulang Di Alfamart Raya Cemplang Cibungbulang Bogor Barat. *Jurnal Topik Manajemen*, 1 (2), 263-280.
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh fintech *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143-150. <https://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/1513>.
- OJK. (2024). Survey Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2024.[https://www.ojk.go.id/id/beritadankegiatan/publikasi/Pages/Survei-NasionalLiterasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/beritadankegiatan/publikasi/Pages/Survei-NasionalLiterasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Rosa, I., & Listiadi, A. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pendidikan keuangan di keluarga, teman sebaya, dan kontrol diri terhadap

- manajemen keuangan pribadi. *Journal of Islamic Economic and Finance*, 3(3), 157–167.
- manajemen keuangan pribadi. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 244-252.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332.
- Sari, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Impulse Buying Pengguna E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 44–57.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior* (13th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syandana, D.A & Dhanial, D.R. (2024). Hubungan antara Fear of Missing Out dan Gaya Hidup Hedonis dengan Impulsive Buying Pada Mahasiswa Pengguna E-Commerce. *Jurnal Ilmiah MEA*, 8 (3).
- Yanti, L. R., Isnaeni, N., & Rafiqi. (2022). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompot Digital (EWallet) sebagai Alat Transaksi di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Journal*