

## **Pengaruh *Fintech Lending* terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Millennial di Kota Bandung**

**Wibowo Cahyoseputro<sup>1</sup>, Meira Purnama Rizki<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital, Bandung

e-mail : [dosenwibowo@gmail.com](mailto:dosenwibowo@gmail.com)<sup>1</sup>, [meira10120046@digitechuniversity.ac.id](mailto:meira10120046@digitechuniversity.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang diberikan oleh *financial technology* (*fintech*) ini apakah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan juga gaya hidup generasi millennial di Kota Bandung. Masalah difokuskan pada alasan penggunaan platform *fintech* ini di kalangan generasi millennial. Data-data yang dikumpulkan didapat berdasarkan analisis secara kuantitatif yakni menyebarkan kuesioner kepada para pengguna aplikasi *fintech*. Kajian ini menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *fintech* ini ternyata dapat memberikan pengaruh yang positif karena kemudahan dalam mengaksesnya, maka para pengguna dapat meminjam uang atau membeli barang secara mudah jika sedang diperlukan. Tidak hanya itu saja kemudahan yang diberikan oleh platform ini juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini dibuktikan dengan adanya penelitian yang menyatakan bahwa responden ini cenderung membeli barang secara berlebihan. Tak cukup disitu, ternyata *fintech* ini juga dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang, ditemukan bahwa para responden yang sebagian besar para mahasiswa yang tentu saja belum berpenghasilan, mengakui bahwa kemudahan yang diberikan oleh platform ini dapat menunjang gaya hidup mereka.

**Kata kunci** : *Fintech Lending, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup*

### **Abstract**

This research aims to determine the influence that financial technology or vintage has on consumer behavior and also the lifestyle of the millennial generation in the city of Bandung. The problem focuses on the reasons for using this fintech platform among the millennial generation. The data collected was obtained based on quantitative analysis, namely distributing questionnaires to users of fintech applications. This study concludes that the use of this fintech application can actually have a positive influence. Due to the ease of access, users can borrow money or buy goods easily if is being needed. Not only that, the convenience provided by this platform also has a significant influence on consumer behavior, this is proven by research which states that these respondents tend to buy goods excessively. Not only that, it turns out that fintech can also influence a person's lifestyle. It

was found that respondents, most of whom were students who of course had no income, admitted that the convenience provided by this platform could support their lifestyle.

**Keyword :** *Fintech Lending, Consumptive Behaviour, Lifestyle*

## PENDAHULUAN

Dalam melakukan kegiatan sehari-hari manusia tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi. Konsumsi merupakan kegiatan membelanjakan pendapatan untuk berbagai macam barang dan jasa guna memenuhi segala kebutuhan manusia, baik itu untuk kebutuhan jasmani maupun rohani seperti makan, minum, pendidikan, kesehatan, hiburan dan kebutuhan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi merupakan salah satu penggerak dalam kegiatan perekonomian.

Setiap individu yang melakukan kegiatan konsumsi memiliki perilaku konsumtif yang berbeda – beda sesuai dengan kebutuhan dan pendapatan yang dimiliki. Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan). Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Seperti yang diketahui bahwa kebutuhan pokok manusia dibedakan menjadi tiga yakni primer, sekunder dan tersier.

Pertumbuhan *fintech P2P lending* saat ini makin berkembang pesat dan mudah diakses oleh masyarakat yang masih sulit mendapatkan pinjaman dana dan bagi para pelaku UMKM yang membutuhkan modal untuk pengembangan bisnisnya. Tak hanya para pebisnis UMKM, terdapat juga *fintech P2P lending* yang memberikan akses pinjaman bagi mereka yang membutuhkan dana untuk pendidikan dan perawatan kesehatan dengan standarnya masing-masing, mulai dari kelayakan kredit pinjaman, nominal dan tenor pinjaman, suku bunga, hingga tingkat keamanan.

Berdasarkan riset yang dilakukan *Institute for Development of Economics and Finance (Indef)* pada tahun 2022, utang yang dimiliki generasi muda Indonesia melalui mekanisme pinjol ternyata lebih besar jika dibandingkan rata-rata penghasilan yang mereka terima. Riset tersebut mengungkapkan, dengan pendapatan rata-rata pemuda di Indonesia dengan rentang umur 18 sampai 34 tahun hanya Rp2 juta per bulan, utang mereka di pinjaman online yang mencapai Rp2,3 juta sampai Rp2,5 juta.

Berdasarkan latar belakang diatas maka seiring dengan banyaknya platform *fintech lending*, kebutuhan akan barang-barang yang diinginkan untuk memenuhi gaya hidup pasti mudah dicapai, karena kita tidak memiliki uang pun masih bisa membeli barang tersebut. Namun, karena kemudahan inilah banyak diantara pengguna *fintech lending* ini yang akhirnya lupa akan kewajibannya untuk membayar, yang menyebabkan banyaknya

tunggakan dengan nominal yang besar. Faktor inilah yang tentunya harus dihindari ketika menggunakan *fintech lending*. Berdasarkan penuturan dan fakta-fakta yang ada, *fintech lending* ini juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup pada masyarakat. Karena kemudahan yang dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat.

Didasarkan fenomena yang sudah dijabarkan diatas dengan adanya aplikasi *fintech lending* yang mempermudah masyarakat terkhusus kaum milenial tentu memberikan dampak positif dan juga negative. Maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti terkait "Pengaruh *Fintech lending* terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milennial di Kota Bandung".

### **Pemasaran**

Menurut (Priansa, 2017) mengatakan bahwa : Pemasaran (marketing) berasal dari kata market (pasar). Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melaksanakan kegiatan transaksi tukar menukar barang. Pasar merupakan tempat konsumen dengan kebutuhan dan kenginannya tersedia dan mampu untuk terlibat dalam pertukaran guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Sedangkan menurut (Amstrong, 2018) mengatakan bahwa : "pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan."

Sehingga dapat ditarik kesimpulan dari dua pengertian para ahli diatas, bahwa pemasaran adalah suatu kegiatan bertemunya penjual dan pembeli dimana didalamnya ada kegiatan saling menukar barang yang kedua belah pihak saling diuntungkan. Penjual mendapat uang sedangkan pembeli mendapat barang yang diinginkannya.

### ***Fintech Lending***

*Financial Technology (Fintech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, secara sederhana yang tadinya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang kas, kini dapat melakukan transaksi jarak jauh dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan hitungan detik saja.

Pengertian lain dari FinTech menurut *The National Digital Research Centre (NDRC)* pada tahun 2021 di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *Fintech* sebagai "*inovation in financial service*" atatu inovasi dalam layanan keuangan yang merupakan inovasi pada sektor financial yang mendapat sentuhan teknologi modern.

Dari beberapa pengertian yang sudah dijabarkan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Fintech* adalah sebuah inovasi layanan digital yang menyediakan produk-produk keuangan serta memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada.

### **Perilaku Konsumtif**

Menurut Lubis dalam (Sumartono, 2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Artinya belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang berbeda atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli dikarenakan banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas mengenai perilaku konsumtif, penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif ialah dimana seseorang membeli barang tanpa adanya rasa kebutuhan terhadap suatu barang tersebut.

### **Gaya Hidup**

Menurut (Kotler, Manajemen Pemasaran, 2009) mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.”

Sedangkan Menurut Sumarwan dalam Listyorini (2012:14) menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interest, and opinion*). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada umumnya kebutuhan tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk semasa kecil. Perubahan itu terjadi karena nilai –nilai yang dianut konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan. Konsumen cenderung mencari dan mengevaluasi alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang diantunya.

### **Generasi Milennial**

Pada umumnya, millennial merupakan anak-anak yang berasal dari generasi *baby boomers*. Akan tetapi, terkadang milenial disebut pula sebagai generasi *echo boomers*. Hal ini dikarenakan pada generasi milenial, adanya suatu peningkatan yang cukup besar atau booming pada tingkat kelahiran yang dimulai pada tahun 1980-an hingga 1990-an.

Kemudian, pada abad ke 20, terjadi tren penurunan anggota keluarga yang sebelumnya besar menjadi lebih kecil. Tren penurunan anggota keluarga tersebut, terjadi di negara-negara maju dan tren tersebut terus berkembang, hingga menjadi dampak yang relatif berpengaruh.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang difasilitasi oleh berbagai kemudahan teknologi informasi yang ada. Namun dengan kemudahan ini menjadikan kaum milenial cenderung malas karena hal itu tadi semua bisa dilakukan oleh kecanggihan. Namun generasi milenial juga dianggap sebagai generasi yang membawa perubahan pada di dunia karena ide dan gagasan yang diberikan cukup membawa angin segar bagi perubahan yang lebih baik.

## **METODE**

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena peneliti ingin mengetahui dan menganalisis secara mendalam tentang pengaruh *fintech* terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup generasi milenial di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, sumber data diperoleh dari :

### 1. Metode Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang memiliki arti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya (Arikunto, 2006) Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh *fintech*.

### 2. Kuesioner

Kuesioner adalah instrument pengumpulan data yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang harus dijawab dan dikerjakan oleh responden yang akan menyelidiki. Jenis kuesioner yang digunakan oleh penelitian ini adalah kuesioner terbuka, dimana dalam hal ini responden memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti dengan skala angka 1-5.

## Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya..

Maka populasi dari penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Bandung dengan umur 17-30 tahun. Berdasarkan BPS Kota Bandung jumlah penduduk di Kota Bandung ialah 2.555.187 orang. Sedangkan yang berada pada umur 17-30 tahun terdapat 599.514 orang.

### 2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, jumlah anggota sampel ( $n$ ) ditemukan dengan menggunakan rumus *Moe* dengan jumlah populasi berukuran besar dan tidak diketahui, Arikunto (2013:49) yaitu :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2} \quad n = \frac{1,96^2}{(0,10)^2}$$
$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$n = 96,04$  jika dibulatkan menjadi 96

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$z$  = nilai  $z$  dengan tingkat keyakinan tertentu (diatas 95)

*Margin of error max* yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat di toleransi atau diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan *Moe* sebesar 10%. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden generasi milenial di Kota Bandung.

### Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, Manajemen Riset Ilmiah, 2019), definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut (Sugiyono, 2019) variabel independent (bebas), adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent (terikat). Sementara itu, variabel dependent (terikat) adalah merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel independent (bebas).

Variabel-variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 1 Skala Pengukuran Variabel Fintech Lending**

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Fintech Lending	Penerapan	Mekanisme penerapan <i>fintech</i>	1
		Pengetahuan tentang <i>fintech</i>	2
	Karakteristik	Karakteristik lingkungan yang menerapkan <i>fintech</i>	3
		Keadaan lingkungan	4
		Sikap lingkungan terhadap <i>fintech</i>	5
	Keamanan	Hal yang dijamin pengguna <i>fintech</i>	6
		Dampak	Hal positif yang diberikan kepada pengguna <i>fintech</i>
			Hal negatif yang diberikan kepada pengguna <i>fintech</i>

Sumber : diolah oleh penulis

**Tabel 2 Skala Pengukuran Variabel Perilaku Konsumtif**

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Perilaku Konsumtif	Motivasi	Dorongan dalam diri untuk mewujudkan keinginan	9
		Mengutamakan membeli barang keinginan	10
		Membeli barang secara berlebihan	11
	Kepribadian	Membeli barang karena kemasan yang unik, menarik dan lucu	12
		Membeli barang untuk pemenuhan gaya hidup	13
		Membeli barang karena ikut-ikutan trend	14
	Kebudayaan	Pergeseran budaya di masyarakat memicu perilaku konsumtif	15
	Kelompok	Lingkup pergaulan yang mempengaruhi sikap,	16

Referensi	pendapat, norma dan perilaku belanja seseorang.	
Keluarga	Gaya hidup yang dianut suatu keluarga dapat mempengaruhi perilaku anggota keluarga.	17

Sumber : diolah oleh penulis

**Tabel 3 Skala Pengukuran Variabel Gaya Hidup**

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
Gaya Hidup	Kepribadian	Sikap terhadap gaya hidup	18
		Pengalaman terhadap tingkah laku seseorang	19
		Minat terhadap perkembangan gaya hidup	20
	Aktivitas	Pekerjaan yang dijalani	21
		Hobi yang ditekuni	22
		Liburan seberapa sering	23
	Minat	Membeli berbagai kebutuhan sandang dan pangan	24
		Membeli kebutuhan jangka panjang	25

Sumber : diolah oleh penulis

### Teknik Pengumpulan Data

1. Google Form

Dalam pengumpulan data, peneliti mengambil data atau informasi yang berhubungan dengan materi penelitian yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online atau elektronik.

2. Riset Lapangan

Menurut (Sugiyono, Manajemen Riset Ilmiah, 2013) riset lapangan dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari objek penelitian dengan melalui cara-cara berikut :

a. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2018) observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang menjadi sumber data.

b. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan Skala Likert, menurut (Sugiyono, 2019), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

**Tabel 4 Ketentuan Pengukuran Instrumen Peneliti**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : diolah oleh penulis

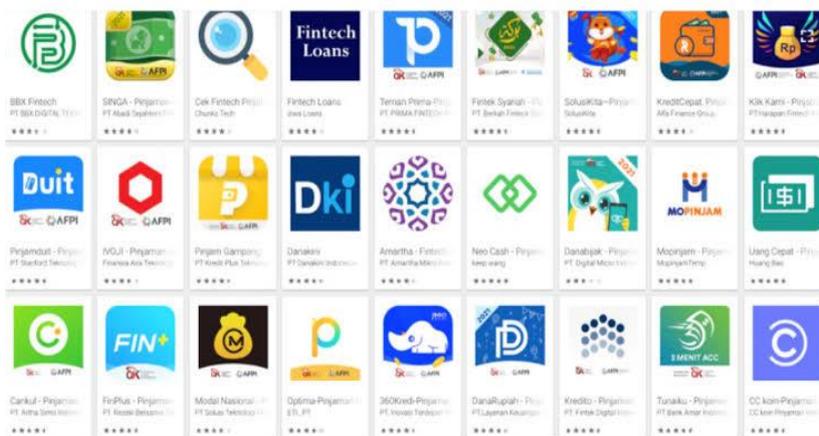
## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Objek Penelitian

Karena judul yang diteliti yaitu “Pengaruh *Fintech Lending* terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milenial di Kota Bandung” maka, objek penelitian yaitu terhadap generasi milenial di Kota Bandung dengan indikator umur 17-30 tahun. Generasi milenial dengan umur 17-30 tahun dirasa selalu mengikuti *trend* yang sedang terjadi sehingga cocok untuk dijadikan objek penelitian.

*Fintech Lending* merupakan suatu kegiatan pinjam meminjam antara orang-orang yang prakteknya telah berjalan selama beberapa waktu dalam struktur yang berbeda, dibantu dengan peningkatan teknologi dan e-commerce, saat ini kegiatan pinjam meminjam ini dapat dilakukan melalui situs online dan platform aplikasi.

Sejak saat itu, *Fintech* baru bermunculan di seluruh dunia, tidak terkecuali di Indonesia yang masuk nya *Fintech* ini pada tahun 2016. Pada awalnya hanya ada enam organisasi *Fintech*, namun kini telah berkembang pesat mencapai 369 pemasok *Fintech* yang merupakan individu dari AFTECH (Asosiasi *Fintech* Indonesia) berdasarkan informasi tahun 2020 banyak perusahaan *Fintech* tersebut menganut lebih dari 20 model bisnis. Tidak hanya focus pada sistem pembayaran dan pembiayaan namun juga model bisnis lain, seperti asuransi digital hingga penghimpunan modal atau investasi *Fintech*.



**Gambar 1 Aplikasi fintech resmi OJK**

Sumber :google.com

Dari banyaknya kaum millennial di Kota Bandung tentu saja penulis hanya mengambil sesuai sampel yang telah ditentukan pada bab sebelumnya yaitu sebanyak 96. Oleh karena itu berikut ini adalah data responden yang telah membantu penulis dalam melakukan sebuah penelitian :



**Gambar 2 Jumlah Responden**

Sumber : data diolah dari kuesioner

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *metode correlate bivariante* dan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel, jadi (df) = 102-2 = 100 (0,1946). Variabel dapat dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  negative maka variabel tersebut tidak valid. Hasil uji validitas terhadap variabel *fintech lending* (X1) sebagai berikut :

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari variabel X yaitu *fintech lending* :

**Tabel 1 Uji validitas X**

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,832	0,1946	Valid
2	0,818	0,1946	Valid
3	0,901	0,1946	Valid
4	0,877	0,1946	Valid
5	0,885	0,1946	Valid
6	0,855	0,1946	Valid
7	0,777	0,1946	Valid
8	0,658	0,1946	Valid

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari variabel Y1 yaitu Perilaku Konsumtif:

**Tabel 2 Uji validitas Y1**

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
9	0,769	0,1946	Valid
10	0,834	0,1946	Valid
11	0,858	0,1946	Valid
12	0,726	0,1946	Valid
13	0,84	0,1946	Valid
14	0,897	0,1946	Valid
15	0,829	0,1946	Valid
16	0,811	0,1946	Valid
17	0,834	0,1946	Valid

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari variabel Y2 yaitu Gaya Hidup:

**Tabel 3 Uji validitas Y2**

No Item	rhitung	rtabel	Keterangan
18	0,921	0,1946	Valid
19	0,914	0,1946	Valid
20	0,66	0,1946	Valid
21	0,903	0,1946	Valid
22	0,911	0,1946	Valid
23	0,859	0,1946	Valid
24	0,858	0,1946	Valid
25	0,771	0,1946	Valid

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan tabel yang tercantum diatas dapat diketahui bahwa semua item pada variabel *fintech lending* (X), perilaku konsumtif (Y1) dan gaya hidup (Y2) menunjukkan  $r_{hitung}$  bernilai positif secara keseluruhan dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  0,1946. Maka dari itu, semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid secara keseluruhan.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan suatu item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel bila *cronbach's alpha* > 0,60. Hasil uji reliabilitas X, Y1 dan Y2 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's alpha	Standar Reabiliti	Keterangan
<i>Fintech lending</i>	0,792	0,6	Reliabel

Perilaku Konsumtif	0,787	0,6	Reliabel
Gaya Hidup	0,795	0,6	Reliabel

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* semua variabel > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument *fintech lending*, perilaku konsumtif dan gaya hidup dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan sebagai alat ukur variabel.

### Uji Asumsi Klasik

- Model 1 (*Fintech Lending* terhadap Perilaku Konsumtif) Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5 Hasil Uji multikolonieritas(X-Y1)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.929	2.700		1.085	.281		
	Fintech Lending	.919	.084	.739	10.957	.000	1.000	1.000

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflating Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas. Semua nilai VIF pada tabel Coefficients menunjukkan angka kurang dari 5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen (non-multikolinieritas).

- Model 2 (*Fintech Lending* terhadap Gaya Hidup) Multikolonieritas**

**Tabel 6 Hasil Uji multikolonieritas(X-Y2)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.607	1.834		-1.422	.158		
	Fintech Lending	.962	.057	.860	16.890	.000	1.000	1.000

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Multikolinieritas diuji dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflating Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas. Semua nilai VIF pada tabel Coefficients menunjukkan angka kurang dari 5. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen (non-multikolinieritas).

### Uji Regresi

- **Model 1 (*Fintech Lending* terhadap Perilaku Konsumtif)**

**Tabel 7 Hasil Uji Regresi (X-Y1)  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.929	2.700		1.085	.281		
	<i>Fintech Lending</i>	.919	.084	.739	10.957	.000	1.000	1.000

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan Tabel *Coefficients* di atas dapat diperhatikan kolom *unstandardized coefficients* B, untuk menyusun persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = 2.929 + 0.919X$$

dimana :

Y = Perilaku konsumtif

X = *Fintech lending*

Konstanta pada persamaan bernilai 2.929 dimana nilai tersebut merupakan intersep. Intersep menjelaskan besarnya nilai variabel *dependent* ketika variabel *independent* bernilai nol. Dalam kasus ini dapat diartikan perilaku konsumtif akan bernilai 2.929 ketika *fintech lending* dan kualitas produk bernilai nol.

Koefisien regresi untuk *Fintech lending* sebesar 0.919. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat *Fintech lending* naik maka Perilaku konsumtif juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat *Fintech lending* turun, maka Perilaku konsumtif juga turun. Kenaikan *Fintech lending* sebesar 1 akan meningkatkan Perilaku konsumtif sebesar 0.919.

**Model 2(Fintech Lending terhadap Gaya Hidup)**

**Tabel 8 Hasil Uji Regresi (X-Y2)  
 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.607	1.834		-1.422	.158		
	Fintech Lending	.962	.057	.860	16.890	.000	1.000	1.000

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan Tabel *Coefficients* di atas dapat diperhatikan kolom *unstandardized coefficients* B, untuk menyusun persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = -2.607 + 0.962X$$

dimana :

Y = Gaya hidup

X = *Fintech lending*

Konstanta pada persamaan bernilai -2.607 dimana nilai tersebut merupakan intersep. Intersep menjelaskan besarnya nilai variabel *dependent* ketika variabel *independent* bernilai nol. Dalam kasus ini dapat diartikan gaya hidup akan bernilai -2.607 ketika *fintech lending* dan kualitas produk bernilai nol. Koefisien regresi untuk *Fintech lending* sebesar 0.962. Koefisien regresi bernilai positif, artinya pada saat *Fintech lending* naik maka Gaya hidup juga akan mengalami kenaikan. Demikian pula pada saat *Fintech lending* turun, maka Gaya hidup juga turun. Kenaikan *Fintech lending* sebesar 1 akan meningkatkan Gaya hidup sebesar 0.962.

**Uji Korelasi**

- **Model 1(Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif)**

**Tabel 9 Hasil Uji Korelasi(X-Y1)  
 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.541	6.09696

a. Predictors: (Constant), *Fintech Lending*

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui korelasi antara *fintech lending* dengan perilaku konsumtif bernilai 0.739. Diketahui korelasi tergolong dalam korelasi yang kuat artinya terdapat hubungan yang kuat antara *fintech lending* dengan perilaku konsumtif. Korelasi bernilai positif yang artinya terdapat hubungan searah antara *fintech lending* dengan perilaku konsumtif. Hubungan searah menunjukkan bahwa peningkatan suatu variabel akan meningkatkan variabel lainnya begitu pula sebaliknya ketika terjadi penurunan nilai suatu variabel maka akan menurunkan nilai variabel lainnya.

- **Model 2(*Fintech Lending* terhadap Gaya Hidup)**

**Tabel 10 Hasil Uji Korelasi(X-Y2)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 <sup>a</sup>	.740	.738	4.14051

a. Predictors: (Constant), *Fintech Lending*

b. Dependent Variable: Gaya Hidup

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui korelasi antara *fintech lending* dengan gaya hidup bernilai 0.860. Diketahui korelasi tergolong dalam korelasi yang kuat artinya terdapat hubungan yang kuat antara *fintech lending* dengan gaya hidup. Korelasi bernilai positif yang artinya terdapat hubungan searah antara *fintech lending* dengan gaya hidup. Hubungan searah menunjukkan bahwa peningkatan suatu variabel akan meningkatkan variabel lainnya begitu pula sebaliknya ketika terjadi penurunan nilai suatu variabel maka akan menurunkan nilai variabel lainnya.

### Uji Determinasi

- **Model 1(*Fintech Lending* terhadap Perilaku Konsumtif)**

**Tabel 11 Hasil Uji Determinasi(X-Y1)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.541	6.09696

a. Predictors: (Constant), *Fintech Lending*

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui Nilai R Square = 0,546 artinya kontribusi variabel *fintech lending* terhadap variabel Perilaku konsumtif sebesar 54,6%; sedangkan sisanya 45,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Dengan kata lain, sebesar 54,6% variasi Perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variasi *fintech lending*.

- **Model 2(Fintech Lending terhadap Gaya Hidup)**

**Tabel 12 Hasil Uji Determinasi(X-Y2)  
 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 <sup>a</sup>	.740	.738	4.14051

a. Predictors: (Constant), Fintech Lending

b. Dependent Variable: Gaya Hidup

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui Nilai R Square = 0,740 artinya kontribusi variabel *fintech lending* terhadap variabel Gaya hidup sebesar 74,0%; sedangkan sisanya 26,0% dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian. Dengan kata lain, sebesar 74,0% variasi Gaya hidup dapat dijelaskan oleh variasi *fintech lending*.

**Uji t**

Uji t adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas (*fintech lending*) berpengaruh secara individu terhadap variabel terikatnya. Berikut ini dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial :

**Tabel 13 Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.929	2.700		1.085	.281		
	Fintech Lending	.919	.084	.739	10.957	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui statistic uji t bernilai 10.957 dengan nilai signifikansi

0.000. Pada pengujian ini diambil keputusan tolak H<sub>0</sub> jika nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (0.05). Diketahui signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H<sub>0</sub> sehingga dapat disimpulkan variable *independent* (*fintech lending*) berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (perilaku konsumtif).

### Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Berikut ini pengujian simultan :

**Tabel 14 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4463.066	1	4463.066	120.062	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3717.286	100	37.173		
	Total	8180.353	101			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Fintech Lending

Sumber : data diolah dari kuesioner spss versi 26

Berdasarkan output diketahui statistic uji F bernilai 120.062 dengan nilai signifikansi 0.000. Pada pengujian ini diambil keputusan tolak H<sub>0</sub> jika nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi (0.05). Diketahui signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05 maka diambil keputusan tolak H<sub>0</sub> sehingga dapat disimpulkan variable *independent* (*fintech lending*) berpengaruh signifikan terhadap variable dependen (perilaku konsumtif).

### SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan peneliti pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dari penelitian yang berjudul "Pengaruh *fintech lending* terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup generasi millennial di Kota Bandung" yaitu sebagai berikut :

1. Kemudahan yang diberikan *fintech lending* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi millennial di Kota Bandung  
Hal ini dibuktikan dengan adanya kuesioner yang telah dibuat oleh penulis, bahwa hamper sebagian responden yang menggunakan platform ini menyatakan setuju bahwasanya aplikasi *fintech* ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif, karena banyak dari mereka yang membeli barang bukan atas dasar kebutuhan.
2. Kemudahan yang diberikan *fintech lending* berpengaruh terhadap gaya hidup generasi millennial di Kota Bandung  
Setelah dilakukan penelitian, maka ditemukan bahwa platform *fintech* ini mendukung sebagian orang untuk memenuhi tuntutan gaya hidupnya. Para responden ini mengakui bahwa lingkungan tempat kerja/ tempat tinggal/ sekolah dapat mempengaruhi mereka

dalam menggunakan pinjaman online. Hal ini dibuktikan dengan hasil kuesioner yang menyatakan bahwa 19,6% sangat setuju dan 56,9% menyatakan setuju bahwa *fintech lending* ini dapat mempengaruhi gaya hidup mereka.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kotler, Armstrong, & Priansa. (2017). *Manajemen Pemasaran Riset*. Jakarta.
- Kotler, Keller, & Priansa. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Lina, & Rasyid. (2016). Perilaku Konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja.
- Peter, & Olson. (2000). *Consumer Behavior Second Edition*. New York.
- Priansa. (2017). *Manajemen Strategik Daya Sing dan Global Konsep*. Jakarta: Erlangga.
- Ridwansyah. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta.
- Ridwansyah. (2017). *Teknologi Keuangan (Fintech) : Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Jakarta.
- Silva. (2000). Konsep diri dan kecenderungan Pengambilan Keputusan dalam Membeli Pakaian pada Remaja Wanita. Jakarta: Erlangga.