

# PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA BRIMO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISRI

Riris Putri Astuti \*<sup>1</sup>  
Suprihatmi <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

\*e-mail: [ririsputriastuti@gmail.com](mailto:ririsputriastuti@gmail.com)<sup>1</sup> [bupri960@gmail.com](mailto:bupri960@gmail.com)<sup>2</sup>

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna aplikasi BRIMO di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik pengambilan sampel quota sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji t, uji F, uji koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linier diperoleh persamaan  $Y = 27,365 + 0,424 X_1 - 0,397 X_2 - 0,044 X_3 + e$ . Hasil uji t menunjukkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, karena memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi  $0,000 > 0,05$  dan koefisien regresi  $-0,397$  dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, karena memiliki nilai signifikansi  $0,488 > 0,05$ . Hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung  $17,204$  dengan nilai (p. value) sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya ada pengaruh yang signifikan kepercayaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko secara bersama sama (simultan) terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar  $32,9\%$  sisanya  $67,1\%$  dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti, seperti literasi keuangan, sikap keuangan, perencanaan keuangan pribadi dan gaya hidup.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Perilaku Konsumtif, BRIMO

## Abstract

This research aims to analyze the significance of the influence of trust, ease of use, and risk perception on the consumptive behavior of students using the BRIMO application at the Faculty of Economics and Business, Slamet Riyadi University, Surakarta. This study uses a quantitative approach with a survey method and quota sampling technique. The number of samples used in this study was 100 students from the Faculty of Economics and Business. Data analysis was conducted using multiple linear regression tests, t-tests, F-tests, and determination coefficient tests. The results of the linear regression analysis obtained the equation  $Y = 27.365 + 0.424 X_1 - 0.397 X_2 - 0.044 X_3 + e$ . The results of the t-test show that trust has a significant effect on consumptive behavior, as it has a significance value of  $0.000 < 0.05$ , ease of use has a significant effect on consumptive behavior, with a significance value of  $0.000 > 0.05$  and a regression coefficient of  $-0.397$  and the perception of risk does not significantly affect consumer behavior, as it has a significance value of  $0.488 > 0.05$ . The F test results indicate that this regression model has a calculated F value of  $17.204$  with a p-value of  $0.000 < 0.05$ , meaning there is a significant influence of trust, ease of use, and perception of risk collectively (simultaneously) on consumer behavior. The coefficient of determination ( $R^2$ ) test results show that the contribution of the independent variables to the dependent variable is  $32.9\%$ , while the remaining  $67.1\%$  is influenced by other factors outside the variables studied, such as financial literacy, financial attitudes, personal financial planning, and lifestyle.

**Keywords:** Trust, Ease of Use, Risk Perception, Consumptive Behavior, BRIMO

## PENDAHULUAN

Fenomena perilaku konsumtif banyak terjadi dikalangan mahasiswa, karena pada masa remaja menginjak dewasa seseorang masih mencari jati diri. Oleh karena itu mahasiswa cenderung menjadi individu dengan karakteristik yang mudah terbujuk untuk mengikuti gaya hidup teman sebayanya, banyak mahasiswa yang rela menggunakan uangnya untuk membeli hal

– hal yang tidak perlu. Hal ini menyebabkan pola hidup konsumtif sudah tidak dapat dihindarkan lagi (Miswanto et al., 2022). Untuk menghindari perilaku konsumtif diperlukan tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan pengelolaan keuangan mahasiswa (Yahya et al., 2023).

Menurut Pramita Hasan (2024), Perilaku konsumtif didefinisikan ketika seseorang memutuskan untuk membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan tingkat *urgensi* atau kebutuhannya, maka mereka dianggap konsumtif. Perilaku konsumtif mencakup segala tindakan individu dalam mengelola keuangan pribadi dalam aktivitas sehari-hari. Pada era perkembangan teknologi saat ini dihadapkan pada permasalahan yang kompleks dimana kepercayaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko memiliki peran penting dalam mengukur perilaku konsumtif mahasiswa pengguna aplikasi BRImo.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang menggunakan aplikasi BRImo, inisial I, mengatakan “Sejak saya pakai BRImo, pengeluaran jadi terasa lebih cepat habis. Soalnya saya jadi lebih gampang transfer buat beli makanan online, bayar langganan aplikasi, sampai belanja online dadakan. Kadang cuma karena liat diskon saya langsung checkout. Soalnya tinggal klik, masukan PIN, selesai. Jadi saya rasa BRImo bikin saya jadi lebih boros, karena transaksinya mudah dan cepat.

Menurut Salim (2024) di era digital yang serba cepat ini, kebutuhan akan layanan perbankan yang mudah, cepat dan aman semakin meningkat. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia telah merespon kebutuhan ini dengan menghadirkan BRImo, sebagai *financial super app* yang menawarkan beragam fitur transaksi perbankan. BRImo hadir sebagai solusi inovatif yang menggabungkan berbagai layanan perbankan *digital* dalam satu aplikasi.

Menurut Dedi (2025), Kalangan mahasiswa yang mayoritas masuk generasi Gen-Z sudah tidak asing lagi dengan BRImo dan menggunakan aplikasi *mobile banking* dari Bank Rakyat Indonesia (BRI) tersebut untuk berbagai transaksi keuangan. Dikutip dari ANTARA (2025), Nina sebagai mahasiswa mengungkapkan “Saya menggunakan BRImo untuk transaksi keuangan terutama untuk melakukan pembayara. Apalagi sekarang sudah asa QRIS, bayar tinggal scan pakai BRImo. Tidak perlu bawa uang tunai lagi.” Ia menambahkan dengan BRImo juga memudahkan dia transfer dan untuk top up ke berbagai aplikasi lainnya untuk pembayaran berbagai transaksi.

Sebagai peneliti, saya menyajikan tabel berikut untuk memperlihatkan data terkait jumlah dan karakteristik mahasiswa Fakultas Ekonomin dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang menggunakan aplikasi BRImo. Penyajian data ini diharapkan dapat mendukung analisis serta memperkuat temuan dalam penelitian, khususnya dalam melihat pola penggunaan BRImo di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan (Papayungan et al., 2024). Membangun kepercayaan nasabah dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam hubungan antar nasabah dengan bank sehingga dapat meningkatkan kepuasan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* (Gusmana, 2022).

Berdasarkan definisi diatas kepercayaan menjadi faktor kunci dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti BRImo. Mahasiswa yang yakin akan keamanan dan kredibilitas aplikasi cenderung lebih sering menggunakan layanan BRImo untuk mengelola keuangan, seperti mengatur pemasukan, pengeluaran, menabung dan merencanakan keuangan. Dalam penelitian ini dapat mengungkapkan sejauh mana kepercayaan mempengaruhi frekuensi dan intensitas pengguna BRImo sehingga mereka dapat menjadi lebih bijak dalam pengelolaan keuangan pribadi mereka.

Pengaruh kepercayaan terhadap perilaku konsumtif yang diteliti oleh Putu et al. (2023) dan Hasyira Cahyani (2021), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap perilaku keuangan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari Asri Prabaningtyas (2022), yang meunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Kholifah (2023), mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan sebagai seberapa mudahnya pengguna memahami dan menggunakan sistem baru. Kemudahan penggunaan adalah interaksi individu dengan sistem yang jelas dan mudah dimengerti, tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut dan mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (Latief & Dirwan, 2020).

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan bank adalah dengan memperhatikan kemudahan penggunaan yang dapat dimengerti dengan mudah sehingga nasabah tidak mengalami kesulitan ketika mengoperasikan sistem layanan mobile banking Latief & Dirwan (2020). Dalam konteks mahasiswa yang berperilaku konsumtif cenderung menjadi individu dengan karakteristik yang mudah terbujuk untuk mengikuti gaya hidup teman sebayanya. Adanya tekanan, baik nyata maupun tidak di lingkungan teman sebaya membuat banyak mahasiswa rela menggunakan uangnya untuk membeli hal yang tidak perlu. Hal ini menyebabkan pola hidup konsumtif tidak dapat dihindari lagi.

Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap perilaku konsumtif yang diteliti oleh Ramadan & M (2025), dan Fadya Salsabila (2024), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap perilaku keuangan. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari Putu et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Persepsi Risiko merupakan pandangan mahasiswa mengenai ketidakpastian negatif dan potensi bahaya yang dapat terjadi pada penggunaan sebuah produk atau jasa (Malik & Annuar, 2021). Risiko yang tinggi akan mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan BRI Mobile karena risiko dipandang sebagai ketidakpastian yang dihubungkan dengan hasil dari suatu keputusan. Hal ini juga berarti bahwa mahasiswa khawatir dalam menggunakan BRI Mobile akan ada risiko tertentu. Risiko bisa datang dari sistem maupun dari pengguna tersebut, risiko dari sistem kendalanya ada pada signal atau jaringan internet yang digunakan karena apabila saat bertransaksi signal atau jaringan internetnya tidak bagus akan mempengaruhi transaksi tersebut. Risiko dari pengguna/nasabah apabila nasabah kehilangan handphone yang digunakan untuk bertransaksi (Safitri & Narew, 2023).

Pengaruh persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif yang diteliti oleh Putu et al. (2023), Angeli & Husna (2024), dan Adam, Budi Wahono (2023), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini bertentangan dengan hasil penelitian dari Fadya Salsabila (2024), yang menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan latar belakang masalah dari hasil studi sebelumnya menyebabkan penelitian ini masih menarik untuk diteliti dikarenakan pada penelitian ini menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen. Penelitian saat ini yang menggunakan variabel dependen baru berusaha mengeksplorasi bagaimana fitur inovatif dalam aplikasi keuangan, seperti BRImo, memengaruhi kebiasaan keuangan mahasiswa. Maka penulis tertarik mengambil judul "PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA BRIMO PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNISRI (UNIVERSITAS SLAMET RIYADI SURAKARTA)".

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Alasan pengambilan lokasi ini menjadi objek penelitian sekarang karena mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis diharapkan memiliki pemahaman dasar tentang keuangan yang memungkinkan analisis perilaku konsumtif yang lebih baik. Penelitian ini relevan untuk mengidentifikasi bagaimana inovasi teknologi keuangan seperti BRIMO memengaruhi perilaku mahasiswa yang sedang mempersiapkan diri memasuki dunia kerja, khususnya dalam pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian ini dilakukan untuk memahami pengaruh kepercayaan, kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna BRImo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Adapun data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa pengguna BRImo pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta dan jawaban responden yang

sudah dikuantitatifkan dengan menggunakan skala Likert. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis periode 2021– 2025 yang berjumlah 2.313 mahasiswa yang terdiri dari 1.849 mahasiswa Manajemen dan 464 mahasiswa Akuntansi, data tersebut berdasarkan data dari Biro Akademik Universitas. Jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *non-probability sampling*, khususnya teknik *quota sampling*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sebagai instrument (alat) dalam penelitian apakah valid atau tepat untuk mengambil data. Uji validitas menggunakan *pearson correlation product moment/pearson correlation*. Kriteria kuesioner dikatakan valid bila  $\rho$ -value (*probabilitas value/signifikansi*)  $< 0,05$ .

### Uji validitas variabel Kepercayaan (X1)

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel Kepercayaan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item pernyataan X1.1 sampai dengan X1.5 diperoleh nilai signifikansi ( $\rho$ -value) = 0,000  $< 0,05$ , maka semua item pernyataan variabel kepercayaan valid.

### Uji validitas variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel Kemudahan Penggunaan

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item pernyataan X2.1 sampai dengan X2.5 diperoleh nilai signifikan ( $p$ -value) = 0,000  $< 0,05$ , maka semua item pernyataan variabel kemudahan penggunaan valid.

### Uji validitas variabel Persepsi Risiko (X3)

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel Persepsi Risiko

Item Kuesioner	$\rho$ -value	Kriteria	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item pernyataan X3.1 sampai dengan X3.6 diperoleh nilai signifikan ( $p\text{-value}$ ) = 0,000 < 0,05, maka semua item pernyataan variabel persepsi risiko valid.

### Uji validitas variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel Minat Perilaku Konsumtif

Item Kuesioner	$p\text{-value}$	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.6	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2025

Tabel diatas menunjukkan bahwa item pernyataan X3.1 sampai dengan X3.6 diperoleh nilai signifikan ( $p\text{-value}$ ) = 0,000 < 0,05, maka semua item pernyataan variabel persepsi risiko valid.

### Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 5. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Kepercayaan (X1)	0,741	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,779	0,60	Reliabel
Persepsi Risiko (X3)	0,800	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,719	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen dapat disimpulkan, instrumen untuk variabel Kepercayaan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), Persepsi Risiko (X3), Perilaku Konsumtif (Y) menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan demikian seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat untuk melakukan analisis regresi, agar regresi sebagai estimasi bisa tepat/tidak bias/tidak menyimpang.

### Hasil Uji Normalitas

Tabel 6. Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1.76095221

Most Extreme Differences	Absolute Positive	.063
	Negative	.037
		-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas yang menggunakan uji *kolmogorov smirnov* tersebut menunjukkan besarnya *p-value* (signifikansi) Asymp. Sig (2-tailed) = 0,200 > 0,05 menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, maka residual berdistribusi norma atau lolos uji normalitas.

### Hasil uji Multikolinearitas

Tabel 7. Hasil uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kepercayaan	.979	1.021	Bebas Multikolinearitas
Kemudahan penggunaan	.985	1.015	Bebas Multikolinearitas
Persepsi risiko	.971	1.030	Bebas Multikolinearitas

a. Dependent Variable: perilaku\_konsumtif

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) = 0,979, Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) = 0,985 dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) = 0,971 > 0,10 dan nilai VIF untuk variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) = 1,021, Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) = 1,015 dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) = 1,030 < 10, hal ini menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas atau model regresi tersebut lolos uji multikolinearitas.

### Hasil uji Autokorelasi

Tabel 8. Hasil uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.01937
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	54
Z	.603
Asymp. Sig. (2-tailed)	.546

a. Median

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,546 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak terjadi autokorelasi (bebas autokorelasi).

### Hasil uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.546	1.922		2.365	.020
Kepercayaan	-.094	.053	-.179	-1.788	.077
kemudahan_penggunaan	-.066	.044	-.150	-1.503	.136
persepsi_risiko	.011	.036	.030	.303	.763

a. Dependent Variable: : abs\_res

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas tersebut menunjukkan *p-value* (signifikansi) dari variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) = 0,077, Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) = 0,136 dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) = 0,763 > 0,05, ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas (lolos uji heteroskedastisitas).

### Hasil Analisis Induktif

### Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	27.365	3.358		8.149	.000
Kepercayaan	.424	.092	.382	4.595	.000
Kemudahan penggunaan	-.397	.077	-.429	-5.172	.000
Persepsi risiko	-.044	.064	-.058	-.697	.488

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh Persamaan Regresi:

$$Y = 27,365 + 0,424 X_1 - 0,397 X_2 - 0,044 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas adalah:

a = 27,365 bertanda positif

artinya jika Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) konstan maka Perilaku konsumtif (Y) adalah positif.

b1 = 0,424 bertanda positif

dapat diartikan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya jika kepercayaan meningkat maka Perilaku konsumtif (Y) akan meningkat, dengan asumsi variabel Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) konstan/tetap.

b2= -0,397 bertanda negatif

Kemudahan penggunaan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya jika Kemudahan penggunaan meningkat (semakin baik) maka Perilaku konsumtif (Y) akan menurun, dengan asumsi variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) konstan/tetap.

b3= - 0,044 bertanda negatif

Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya jika Persepsi risiko meningkat maka Perilaku konsumtif (Y) akan menurun, dengan asumsi variabel Kepercayaan ( $X_1$ ) dan Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) konstan/tetap.

### Hasil Uji t

Tabel 11. Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Beta	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients				
	B	Std. Error			
1 (Constant)	27.365	3.358		8.149	.000
Kepercayaan	.424	.092	.382	4.595	.000
Kemudahan penggunaan	-.397	.077	-.429	-5.172	.000
Persepsi risiko	-.044	.064	-.058	-.697	.488

a. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh uji t sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
- 3) Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh nilai  $\rho$ -value (signifikansi) = 0,488 > 0,05 maka  $H_0$  diterima artinya Persepsi risiko berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### Hasil Uji F

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.046	3	55.015	17.204	.000 <sup>b</sup>
	Residual	306.994	96	3.198		
	Total	472.040	99			

a. Dependent Variable: perilaku\_konsumtif

b. Predictors: (Constant), persepsi\_risiko, kemudahan\_penggunaan, kepercayaan

Sumber : Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi ini memiliki nilai F hitung 17,204 dengan nilai signifikansi (p. value) sebesar 0,000 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan variabel bebas (kepercayaan, kemudahan penggunaan, persepsi risiko) secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif (Y).

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 <sup>a</sup>	.350	.329	1.78826

a. Predictors: (Constant), persepsi\_risiko, kemudahan\_penggunaan, kepercayaan

b. Dependent Variable: perilaku\_konsumtif

Sumber : Data primer diolah, 2025

Hasil menunjukkan bahwa koefisien determinasi (*adjusted R Square*) untuk model ini adalah sebesar 0,329. Artinya besarnya sumbangan pengaruh variabel independen Kepercayaan ( $X_1$ ), Kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) dan Persepsi risiko ( $X_3$ ) terhadap Perilaku konsumtif (Y) sebesar 32,9 %. Sisanya (100% - 32,9 %) = 67,1 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model

yang dapat berasal dari faktor-faktor keuangan pribadi mahasiswa lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel tersebut dapat mencakup literasi keuangan, perencanaan keuangan pribadi, gaya hidup dan sikap keuangan, yang dapat relevan untuk diteliti lebih lanjut dalam studi lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai aspek di luar kepercayaan, kemudahan penggunaan, dan persepsi risiko saja.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna BRImo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
2. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna BRImo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
3. Persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna BRImo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
4. Kepercayaan, Kemudahan penggunaan dan Persepsi risiko berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna BRImo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

### Saran

Saran yang diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pengguna BRImo (Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISRI)

Mahasiswa sebagai pengguna BRImo disarankan untuk lebih bijak dalam memanfaatkan kemudahan teknologi digital. Kepercayaan yang tinggi terhadap aplikasi sebaiknya diimbangi dengan literasi keuangan yang baik agar tidak mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa juga perlu membuat perencanaan keuangan pribadi agar pengeluaran tetap terkontrol meskipun transaksi menjadi semakin mudah.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya Universitas Slamet Riyadi Surakarta, disarankan untuk meningkatkan program edukasi terkait literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial. Hal ini dapat dilakukan melalui seminar, pelatihan, atau integrasi dalam mata kuliah yang relevan, agar mahasiswa memiliki pemahaman menyeluruh tentang konsekuensi keuangan dalam penggunaan aplikasi digital.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan manajemen keuangan pribadi, seperti literasi keuangan, gaya hidup, penghasilan, dan kontrol diri. Selain itu, memperluas objek penelitian ke mahasiswa dari fakultas atau perguruan tinggi lain juga dapat memberikan hasil yang lebih general dan representatif.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Budi Wahono, M. B. (2023). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan BRI Mobile (BRImo) (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi*, 13(1), 5.
- Angeli, V. P., & Husna, N. (2024). Pengaruh Persepsi Persepsi Kemudahan Serta Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BRIMO Di Bandar Lampung. 9(1), 887–903.
- Anonim. (2024). *Pedoman penyusunan usulan penelitian dan skripsi Fakultas Ekonomi*. Unisri Press
- Asri Prabaningtyas. (2022). *Pengaruh Kepercayaan, Harga Dan Ease of Use Terhadap Perilaku*

*Konsumtif Pada Penggunaan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam.*

- Azkiya, S. R., & Labibah, L. (2023). Analisis Penerimaan Aplikasi Ikalsel Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *UNILIB: Jurnal Perpustakaan*, 14(1), 21–31. <https://doi.org/10.20885/unilib.vol14.iss1.art3>
- Badriatin, T., Rinandiyana, L. R., & San Marino, W. (2022). Persepsi risiko dan sikap toleransi risiko terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Perspektif*, 20(2), 158-163.
- Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner*, 6(2), 1633–1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>
- Hasyira Cahyani, H. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi Digital , Kepercayaan , Dan Kemudahan Berbelanja Perilaku Konsumtif Generasi Y Dimoderasi*. 9(2), 1–16.
- Kholifah, A. P. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Brimo Pada Nasabah Bank BRI Kota Malang Aviv. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30598/arujournalvol5iss1pp1-10>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Miswanto, M., Sidik, P. A., & Arrafi, M. F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Promosi E-Wallet dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 28(2), 136–151. <https://doi.org/10.35315/jbe.v28i2.9274>
- Ong, V., & MN, N. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Penggunaan Linkaja. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2), 516. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18259>
- Papayungan, S. W., Pasulu, I., & Pagiu, C. (2024). *PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UKI TORAJA*.
- Persepsi, P., & Penggunaan, K. (2024). *Dalam Penggunaan Aplikasi Financial Technology Payment ( Studi Kasus Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Negri Sumatra Utara Medan ) Skripsi Oleh : Fadya Salsabila Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area Medan Dalam Penggunaan Aplikasi Financ.*
- Putu, N., Anggraeni, N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Ramadan, M., & M, N. T. (2025). *The Influence Of Perceived Ease Of Use , Perceived Usefulness , And Promotion On Shopeepay E-Wallet On Consumptive Behavior Of Pontianak City Students*. 08(03), 994–1001.
- Rizal, G. S. (2023). Peran ASN Pemerintah Kota Banjarmasin Dalam Rangka Membangun Kepercayaan Publik melalui Ruang Komunikasi Publik. *Jurnal Mutakallimin : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 148–156. <https://doi.org/10.31602/jm.v6i2.12724>
- Rucita, S. R. (2023). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UMY. *Journal of Environmental Economics and Sustainability*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.47134/jees.v1i1.63>
- Safitri, E. O., & Narew, I. (2023). Jurnal ulet volume vii no 2 edisi oktober 2023 issn 2579-7336. *Jurnal ULET*, VII(2), 118–133.
- Sari, N., Ahmadi, N., & Rahmani, B. (2023). *Volume . 19 Issue 3 ( 2023 ) Pages 702-712 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 ( Print ) 2528-1097 ( Online )*

*Pengaruh kepercayaan, harga dan ease of use terhadap perilaku konsumtif produk halal pada pengguna e-commerce The. 3(3), 702–712.*

Sunarya, I. M. (2022). Pengaruh faktor persepsi terhadap minat penggunaan layanan dompet digital (e-wallet) melalui pendekatan teori technology acceptance model (tam). *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan, 5(3)*, 1414-1422.

Yahya, A., Mardiani, I. N., Fuadi, A., & Muhsoni, R. (2023). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Gender. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi, 23(2)*, 2274. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.3540>