MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN FINTECH (DANA) DIMEDIASI OLEH PERSEPSI RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT LUBUK PANDAN KABUPATEN MUSI RAWAS

Fevi Nopitriani[1]*, Herman Paleni[2], Yuli Nurhayati[3], Indrawati Mara Kesuma[4]
Universitas Bina Insan Lubuklinggau

Email: fevinovitriani@gmail.com, herman_paleni@univbinainsan.ac.id, yuli_nurhayati@univbinainsan.ac.id, Indrawati_marakesuma@univbinainsan.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh literasi keuangan dan penggunaan financial technology (fintech) dompet digital DANA terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas, dengan persepsi risiko sebagai variabel mediasi. Kemajuan pesat teknologi keuangan digital memberikan berbagai kepraktisan dan efisiensi dalam transaksi jual beli harian, namun di sisi lain berpotensi kuat memicu akselerasi perilaku konsumtif yang tidak terencana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Populasi penelitian mencakup seluruh kepala keluarga pengguna layanan dompet digital DANA di Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas sebanyak 679 KK. Sampel penelitian ditentukan menggunakan formula Slovin dengan tingkat presisi 10%, menghasilkan 87 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan secara komprehensif melalui kuesioner terstruktur dengan Skala Likert 5 poin. Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 3.0. Variabel yang diteliti meliputi Literasi Keuangan (X1), Penggunaan Fintech DANA (X2), Persepsi Risiko (M) sebagai variabel mediasi, dan Perilaku Konsumtif (Y) sebagai variabel dependen. Hasil evaluasi model pengukuran (outer model) menunjukkan seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk. Hasil evaluasi model struktural (inner model) dan uji hipotesis membuktikan bahwa literasi keuangan dan persepsi risiko memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta persepsi risiko terbukti memediasi hubungan antara literasi keuangan dan penggunaan fintech terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi teoritis dan praktis bagi pembuat kebijakan, lembaga keuangan, serta masyarakat lokal dalam mengoptimalkan edukasi keuangan digital demi menekan konsumerisme yang tidak rasional.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Financial Technology (Fintech), DANA, Persepsi Risiko, Perilaku Konsumtif, PLS-SEM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy and the use of financial technology (Fintech) such as the DANA digital wallet on the consumer behavior of the Lubuk Pandan community in Musi Rawas Regency, with risk perception as a mediating variable. The rapid development of digital financial technology has provided immense convenience in daily transactions; however, it also has the potential to encourage impulsive and non-rational consumer behavior. This research employed a quantitative methodology with a causal associative design.

Article History
Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

The study population comprised 679 households in Lubuk Pandan who actively utilize DANA fintech services. Using the Slovin formula, a sample size of 87 respondents was determined through purposive sampling. Data collection was conducted using structured questionnaires with a 5-point Likert scale. Data analysis was executed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via SmartPLS 3.0. The variables examined included Financial Literacy (X1), Fintech Use (X2), Risk Perception (M) as a mediating construct, and Consumer Behavior (Y) as the dependent construct. The measurement model (outer model) evaluation confirmed that all indicators satisfied convergent validity, discriminant validity, and construct reliability requirements. The structural model (inner model) evaluation and hypothesis testing demonstrated significant direct and indirect effects among the constructs, affirming that risk perception effectively mediates the influence of financial literacy and fintech usage on consumer behavior. These findings offer practical insights for local government bodies, financial institutions, and digital payment providers in structuring financial literacy campaigns to minimize excessive consumerism.

Keywords: Financial Literacy, Financial Technology (Fintech), DANA, Risk Perception, Consumer Behavior, PLS-SEM.

BAB I: PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan era modern dan kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat telah membawa transformasi mendasar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, khususnya pada sektor ekonomi dan sistem pembayaran. Globalisasi ekonomi digital saat ini berlangsung sangat dinamis dengan kontribusi teknologi yang semakin besar terhadap perputaran roda perekonomian nasional maupun lokal. Didukung oleh ketersediaan infrastruktur internet dan perangkat pintar (smartphone) yang semakin terjangkau, pelaku ekonomi kini dapat melakukan transaksi jual beli barang dan jasa tanpa batasan geografis dan waktu. Fenomena perdagangan elektronik (e-commerce) dan financial technology (fintech) telah menjadi pilar utama dalam modernisasi transaksi masyarakat modern.

Berdasarkan laporan Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) yang dikutip oleh Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), perdagangan elektronik mencakup transaksi jual beli barang atau jasa yang dilaksanakan melalui jaringan komputer dengan metode tertentu yang dirancang khusus untuk menerima atau memesan secara online. Kehadiran e-commerce tidak sekadar menciptakan kanal pemasaran baru bagi pelaku usaha, tetapi juga berdampak langsung pada perubahan gaya hidup, pola preferensi, dan keputusan konsumsi masyarakat sehari-hari (Amaniyah & Sholeha, 2024). Laporan survei We Are Social (2021) menunjukkan bahwa Indonesia berada di jajaran negara dengan adopsi e-commerce tertinggi di dunia, di mana sekitar 88,1% pengguna internet aktif memanfaatkan platform e-commerce untuk memenuhi kebutuhan barang dan jasa.

Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan oleh e-commerce dan aplikasi digital mengubah cara pandang konsumen dalam melakukan pembelian. Konsumen tidak lagi perlu menghabiskan waktu, biaya, dan tenaga untuk mendatangi toko fisik secara langsung. Cukup melalui genggaman tangan, berbagai pilihan produk dari dalam maupun luar negeri dapat diakses secara real-time kapan saja dan di mana saja (Olii, 2020). Namun demikian, kepraktisan ini bagaikan pisau bermata dua. Kecepatan dan kemudahan akses transaksi sering kali memicu

fenomena impulse buying (pembelian impulsif) dan mengikis kontrol diri konsumen. Ade Minanda dan Suharty Roslan mengungkapkan bahwa dorongan belanja yang serba instan berpotensi memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana konsumen kehilangan fokus pada pemenuhan kebutuhan prioritas dan lebih mengutamakan pemenuhan keinginan emosional semata (Azka Fikri, 2021).

Warsidi (2021) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan individu yang ditandai oleh penggunaan sumber daya keuangan secara berlebihan, tidak terencana, dan didorong oleh hasrat emosional untuk mengonsumsi barang atau jasa yang sebenarnya tidak esensial. Fenomena ini diperparah oleh agresivitas strategi pemasaran digital seperti diskon potongan harga, flash sale, bebas ongkos kirim, hingga penawaran promo *buy one get one free*. Konsumen yang awalnya hanya bermaksud membeli barang kebutuhan dasar sering kali tergiur untuk membeli barang tambahan yang tidak diperlukan hanya demi memanfaatkan penawaran promo tersebut (Fadillah et al., 2020).

Dukungan utama terhadap maraknya transaksi e-commerce dan belanja digital adalah pesatnya perkembangan Financial Technology (Fintech), khususnya dalam bentuk dompet digital (e-wallet). Financial Stability Board (FSB) dalam Avinati dan Triyono (2021) mendefinisikan fintech sebagai inovasi keuangan berbasis teknologi yang menghasilkan model bisnis, aplikasi, proses, atau produk baru yang berdampak material terhadap penyediaan layanan keuangan. Perkembangan fintech di Indonesia selaras dengan program Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT) yang diinisiasi oleh Bank Indonesia sejak tahun 2014 untuk mewujudkan *less-cash society*. Salah satu penyedia jasa dompet digital yang sangat populer di Indonesia adalah DANA, yang menawarkan berbagai kepraktisan pembayaran transaksi harian, transfer dana, pemindaian QRIS, hingga pembayaran tagihan bulanan.

Di tengah kemudahan akses transaksi digital tersebut, aspek Literasi Keuangan (Financial Literacy) menjadi benteng utama yang menentukan apakah masyarakat mampu mengelola keuangannya secara bijak atau justru terjebak dalam pemborosan konsumtif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2019) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku individu untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Individu dengan literasi keuangan yang baik akan cenderung membuat perencanaan anggaran, memprioritaskan kebutuhan esensial, memelihara tabungan, serta memperhitungkan risiko masa depan sebelum mengambil keputusan pengeluaran.

Selain literasi keuangan, persepsi risiko (risk perception) merupakan faktor psikologis kritis yang mempengaruhi perilaku ekonomi digital. Menurut Syamsuddin (2007) dan Masoud (2025), persepsi risiko mencerminkan penilaian subjektif konsumen terhadap potensi kerugian finansial, kegagalan fungsional produk, potensi penyalahgunaan data pribadi, maupun pemborosan waktu saat bertransaksi secara digital. Ketika masyarakat memiliki persepsi risiko yang realistis terhadap penggunaan fintech, mereka cenderung lebih berhati-hati, cermat, dan rasional. Sebaliknya, persepsi risiko yang terlalu rendah atau diabaikan dapat meningkatkan frekuensi penggunaan fintech secara tidak terkontrol, yang pada akhirnya memicu perilaku konsumtif.

Fenomena ini secara nyata teramati pada masyarakat Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas. Sebagai wilayah yang sedang mengalami transisi keterbukaan akses digital dan penetrasi internet yang semakin meluas, sebagian besar masyarakat Lubuk Pandan—khususnya kelompok usia produktif dan kepala keluarga muda—mulai aktif mengadopsi dompet digital DANA untuk kebutuhan pembayaran harian dan belanja e-commerce. Namun, observasi awal menunjukkan adanya kesenjangan antara kemudahan penggunaan fintech dengan tingkat pemahaman literasi

keuangan dan kesadaran risiko. Sebagian masyarakat terindikasi mengalami kecenderungan konsumtif, melakukan pembelian implusif saat promo e-wallet berlangsung, dan kurang disiplin dalam pencatatan anggaran rumah tangga. Oleh karena itu, penelitian mendalam mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan fintech DANA terhadap perilaku konsumtif dengan persepsi risiko sebagai variabel mediasi di Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas sangat krusial dan mendesak untuk dilakukan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang serta hasil observasi awal di lapangan, beberapa identifikasi masalah utama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tingkat Literasi Keuangan Rendah: Pemahaman masyarakat Lubuk Pandan mengenai pengelolaan keuangan keluarga, pembuatan anggaran bulanan, dan perencanaan keuangan jangka panjang masih tergolong belum optimal, sehingga pengeluaran harian sering kali tidak terencana dengan baik.

2. Penetrasi Fintech DANA yang Tinggi: Aksesibilitas aplikasi dompet digital DANA yang sangat praktis dan diiringi dengan penawaran promosi/cashback menarik mendorong masyarakat untuk lebih sering melakukan transaksi non-tunai tanpa pertimbangan rasional.

3. Perilaku Konsumtif Masyarakat: Terjadi pergeseran pola konsumsi dari kebutuhan pokok (*needs*) menuju pemenuhan gaya hidup dan keinginan emosional (*wants*), seperti pembelian barang-barang yang tidak mendesak demi prestise atau mengikuti tren sosial.

4. Keberagaman Persepsi Risiko: Kesadaran masyarakat terhadap risiko finansial, risiko privasi keamanan data, dan risiko psikologis bertransaksi digital masih bervariasi. Rendahnya persepsi risiko berpotensi memperparah sifat impulsif dalam menggunakan fintech.

5. Kebutuhan Model Mediasi: Diperlukan pembuktian empiris mengenai sejauh mana persepsi risiko mampu menjembatani atau memediasi pengaruh literasi keuangan dan penggunaan fintech terhadap tingkat perilaku konsumtif masyarakat.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas?

2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Penggunaan Fintech (DANA) terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas?

3. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas?

4. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas yang dimediasi oleh Persepsi Risiko?

5. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Penggunaan Fintech (DANA) terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas yang dimediasi oleh Persepsi Risiko?

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terfokus dan tidak menyimpang dari ruang lingkup yang direncanakan, maka batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Variabel Independen: Literasi Keuangan (X1) dan Penggunaan Fintech DANA (X2).

2. Variabel Mediasi: Persepsi Risiko (M).

3. Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif (Y).

4. Subjek Penelitian: Kepala Keluarga / masyarakat dewasa berumur minimal 17 tahun di Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas yang aktif menggunakan dompet digital DANA.

5. Lokasi dan Waktu: Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan, diselenggarakan pada rentang tahun ajaran 2025/2026.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang hendak dicapai melalui pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh langsung secara parsial Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

2. Menganalisis pengaruh langsung secara parsial Penggunaan Fintech DANA terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

3. Menganalisis pengaruh langsung secara parsial Persepsi Risiko terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

4. Menganalisis peran Persepsi Risiko dalam memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

5. Menganalisis peran Persepsi Risiko dalam memediasi pengaruh Penggunaan Fintech DANA terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bermakna baik secara teoritis maupun secara praktis:

1. Manfaat Teoritis: Penelitian ini diharapkan memperkaya wawasan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Keuangan, Keuangan Digital, Akuntansi Keperilakuan, dan Perilaku Konsumen. Khususnya memberikan bukti empiris mengenai struktur mediasi persepsi risiko dalam konteks keuangan digital masyarakat pedesaan/sub-urban.

2. Manfaat Praktis Bagi Masyarakat: Memberikan kesadaran dan bahan refleksi bagi masyarakat Lubuk Pandan agar lebih bijak dalam memanfaatkan layanan dompet digital DANA serta mampu meningkatkan keterampilan pengelolaan keuangan pribadi.

3. Manfaat Praktis Bagi Pemerintah Daerah Musi Rawas: Menjadi rujukan masukan kebijakan bagi Pemerintah Kabupaten Musi Rawas dan OJK setempat dalam merancang program edukasi literasi keuangan digital terpadu hingga tingkat pedesaan.

4. Manfaat Praktis Bagi Penyedia Fintech (DANA): Menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen DANA dan penyedia e-wallet lainnya untuk memperkuat fitur perlindungan konsumen, edukasi keamanan, dan desain promo yang sehat.

5. Manfaat Praktis Bagi Akademisi: Menjadi referensi kepustakaan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik keperilakuan keuangan digital dan fenomena teknologi finansial.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

BAB II: KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan manifestasi dari tindakan pengkonsumsian barang atau jasa yang tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan objektif (needs), melainkan terdorong oleh penuangan keinginan subjektif (wants) dan emosional semata. Gumulya dan Widiastuti dalam Yudasella dan Krinawati (2019) menegaskan bahwa perilaku konsumtif terjadi saat tindakan belanja hanya ditujukan untuk mencari kepuasan emosional atau kenikmatan sesaat. Menurut Setiaji dalam Asisi (2020), perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli, mengonsumsi, atau menghabiskan dana untuk barang/jasa yang kurang esensial.

Ancok dalam Hijrianti dan Fitriani (2020) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh kurangnya kontrol diri dalam membelanjakan uang, di mana pertimbangan rasional dan kegunaan barang dikesampingkan demi mengejar status sosial, prestise, serta gaya hidup mewah (*extravagant lifestyle*). Menurut Erich Fromm (dalam Auskarni, 2021), terdapat tiga aspek utama yang membentuk perilaku konsumtif, yaitu: (1) Pembelian Impulsif (Impulsive Buying), yaitu tindakan membeli barang tanpa rencana yang terjadi secara spontan; (2) Pembelian Sia-sia (Wasteful Buying), yaitu tindakan menghabiskan anggaran untuk produk yang tidak memberikan nilai tambah nyata; dan (3) Pembelian Tidak Rasional (Irrational Buying), yaitu keputusan belanja yang murni dipicu oleh dorongan emosional seperti gengsi, ingin dipuji, atau persaingan gaya hidup.

Melinda et al. (2022) mengklasifikasikan faktor pendorong perilaku konsumtif menjadi dua kategori: faktor internal (motivasi emosional, persepsi diri, usia, jenis kelamin, dan kepribadian) serta faktor eksternal (kelas sosial, pengaruh keluarga, iklan promosi, dan lingkungan budaya). Indikator perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada kerangka Sumartono dan Amalia (2025), meliputi: (1) Membeli produk berdasarkan penawaran harga/potongan promo alih-alih manfaat, (2) Membeli barang karena tertarik bonus atau hadiah gratis, (3) Membeli produk hanya karena kemasannya yang unik/menarik, dan (4) Membeli produk demi menjaga penampilan, gengsi, serta status sosial.

2.1.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan (*financial literacy*) merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku finansial yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat demi mencapai kesejahteraan individu (OJK, 2019). Hanafi dan Sulistianingsih (2025) menekankan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan dasar yang sangat fundamental bagi setiap individu dalam menggunakan seluruh sumber daya keuangan secara efisien dan bertanggung jawab.

Individu yang melek finansial (*financially literate*) mampu menganalisis implikasi jangka panjang dari keputusan pengeluaran mereka hari ini. Menurut Soetiono dan Setiawan dalam Islama (2024), literasi keuangan berpengaruh langsung pada penetapan prioritas hidup, alokasi tabungan, dan manajemen risiko pribadi. Indikator literasi keuangan dalam penelitian ini mengacu pada Nainggolan (2022) dan Hanafi & Sulistianingsih (2025), yaitu: (1) Mengenal kelebihan *money management* yang baik, (2) Menilai kinerja keuangan pribadi secara berkala, (3) Memelihara pencatatan buku kas harian, dan (4) Melakukan penganggaran terencana (*budgeting*) untuk mendukung pemenuhan kebutuhan prioritas.

2.1.3 Financial Technology (Fintech) dan Dompet Digital DANA

Financial Technology (Fintech) merupakan integrasi antara teknologi informasi mutakhir dan jasa keuangan yang meredefinisi model bisnis, proses transaksi, dan aksesibilitas produk keuangan (Setiyono et al., 2021). Fauji dan Widodo (2020) menggarisbawahi bahwa keberadaan fintech meningkatkan efisiensi dan kecepatan transaksi secara drastis. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017, ruang lingkup penyelenggaraan teknologi keuangan mencakup sistem pembayaran, pendukung pasar, pengelolaan investasi dan risiko, serta pinjaman/pembiayaan.

Salah satu manifestasi fintech yang paling masif diadopsi masyarakat adalah dompet digital (*e-wallet*). DANA merupakan salah satu platform dompet digital terdepan di Indonesia yang memungkinkan pembayaran non-tunai melalui smartphone secara praktis via kode QR (QRIS), transfer saldo antarbank, hingga pembayaran e-commerce (Abidin & Nuha, 2024). Menurut Kusnawan et al. (2019) dan Avivi Hilwana et al. (2025), indikator pengukuran penggunaan dompet digital fintech mencakup: (1) Kemudahan transaksi tanpa batasan waktu dan tempat, (2) Perlindungan keamanan akun via PIN/biometrik, (3) Kepraktisan proses *top-up* saldo, dan (4) Aksesibilitas rekam jejak riwayat transaksi (*transaction history*).

2.1.4 Persepsi Risiko

Persepsi risiko (*perceived risk*) mengacu pada evaluasi subjektif konsumen mengenai ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin timbul dari suatu keputusan transaksi (Kotler & Keller, 2016; Darmawi, 2020). Dalam konteks transaksi keuangan digital, persepsi risiko menjadi filter psikologis yang mempengaruhi tingkat kepercayaan dan keberanian individu dalam bertransaksi secara online (Putri Kinanti et al., 2025).

Menurut Ariff et al. dalam Saputri (2025) dan Masoud dalam Amalia (2025), dimensi persepsi risiko meliputi: (1) Risiko Produk (*Product Risk*), yaitu ketakutan bahwa barang yang dibeli secara online tidak sesuai dengan ekspektasi atau kualitasnya buruk; (2) Risiko Psikologis (*Psychological Risk*), yaitu rasa cemas, kecewa, atau malu akibat potensi kebocoran data pribadi; (3) Risiko Keuangan (*Financial Risk*), yaitu potensi kerugian finansial akibat kekeliruan transaksi atau penyalahgunaan saldo; dan (4) Risiko Waktu/Kenyamanan (*Time Risk*), yaitu risiko kehilangan waktu akibat sistem eror atau keterlambatan proses pengiriman.

2.2 Penelitian Relevan

Penelitian ini dibangun di atas landasan penelitian empiris terdahulu yang mengkaji interaksi antara literasi keuangan, fintech, persepsi risiko, dan perilaku konsumen:

1. Zikra Amalia (2025): Menguji pengaruh literasi keuangan syariah, kemudahan, dan perilaku konsumtif terhadap minat masyarakat Aceh dalam menggunakan fintech P2P Lending. Hasilnya menunjukkan kemudahan dan perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan, sementara literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat.

2. Ali Zainal Abidin (2025): Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian menemukan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi secara signifikan menekan perilaku konsumtif dan memunculkan keputusan finansial yang lebih rasional.

3. Umi Habibah (2025): Mengkaji peran mediasi literasi keuangan dalam hubungan antara fintech payment, financial attitude, dan perubahan perilaku keuangan masyarakat. Studi membuktikan bahwa literasi keuangan bertindak sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam mendorong perilaku keuangan yang bijak.

4. Avivi Hilwana A. et al. (2025): Meneliti dampak penggunaan dompet digital e-wallet dan persepsi risiko terhadap perilaku belanja impulsif masyarakat perkotaan. Penelitian menemukan bahwa persepsi risiko yang tinggi secara signifikan membatasi keinginan belanja impulsif.

2.3 Kerangka Pemikiran Konseptual

Kerangka pemikiran konseptual menggambarkan struktur hubungan kausal antara variabel independen Literasi Keuangan (X1) dan Penggunaan Fintech DANA (X2) terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y), dengan Persepsi Risiko (M) sebagai variabel mediasi. Secara sistematis, kerangka hubungan antarvariabel ditunjukkan sebagai berikut:

- Jalur Langsung 1: Literasi Keuangan (X1) -> Perilaku Konsumtif (Y)
- Jalur Langsung 2: Penggunaan Fintech DANA (X2) -> Perilaku Konsumtif (Y)
- Jalur Langsung 3: Persepsi Risiko (M) -> Perilaku Konsumtif (Y)
- Jalur Mediasi 1: Literasi Keuangan (X1) -> Persepsi Risiko (M) -> Perilaku Konsumtif (Y)
- Jalur Mediasi 2: Penggunaan Fintech DANA (X2) -> Persepsi Risiko (M) -> Perilaku Konsumtif (Y)

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan tinjauan hasil penelitian terdahulu, hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

H2: Penggunaan Fintech DANA berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

H3: Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

H4: Persepsi Risiko memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

H5: Persepsi Risiko memediasi pengaruh Penggunaan Fintech DANA terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan Kabupaten Musi Rawas.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2020), penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan untuk menguji pengaruh variabel Literasi Keuangan (X1) dan Penggunaan Fintech DANA (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan Persepsi Risiko (M) sebagai variabel mediasi pada masyarakat Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel memberikan spesifikasi petunjuk tentang bagaimana variabel-variabel diukur di lapangan. Rincian indikator dan skala pengukuran disajikan dalam Tabel 3.1 berikut:

Variabel	Definisi Operasional	Indikator Utama	Skala
Literasi Keuangan (X1)	Kemampuan dan pemahaman individu dalam mengelola sumber daya keuangan pribadi secara efektif dan rasional.	1. Money management 2. Evaluasi kinerja keuangan 3. Catatan kas harian 4. Penganggaran terencana	Likert 1-5
Penggunaan Fintech (X2)	Pemanfataan aplikasi dompet digital DANA dalam memfasilitasi transaksi pembayaran harian.	1. Kemudahan bertransaksi 2. Perlindungan keamanan 3. Kepraktisan top-up 4. Akses rekam jejak	Likert 1-5
Persepsi Risiko (M)	Penilaian subjektif masyarakat mengenai ancaman kerugian finansial, privasi, produk, dan waktu.	1. Risiko produk 2. Risiko psikologis/privasi 3. Risiko keuangan 4. Risiko waktu/kenyamanan	Likert 1-5
Perilaku Konsumtif (Y)	Tindakan berbelanja berlebihan yang didorong oleh keinginan emosional alih-alih kebutuhan esensial.	1. Belanja berbasis promo/harga 2. Tertarik bonus/hadiah 3. Kemasan unik/menarik 4. Menjaga gengsi/prestise	Likert 1-5

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat/Kepala Keluarga (KK) yang berdomisili di Desa Lubuk Pandan, Kabupaten Musi Rawas dan aktif menggunakan aplikasi fintech dompet digital DANA. Berdasarkan data pemerintah setempat, jumlah populasi tercatat sebanyak 679 Kepala Keluarga.

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan (e) sebesar 10% (0,10):

$$n = N / [1 + N(e)^2] = 679 / [1 + 679(0,10)^2] = 679 / [1 + 6,79] = 679 / 7,79 = 87,16$$

(dibulatkan menjadi 87 responden).

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria inklusi spesifik: (1) Warga berumur minimal 17 tahun atau memiliki KTP, (2) Berdomisili menetap di Lubuk Pandan, (3) Aktif bertransaksi menggunakan DANA dalam 3 bulan terakhir, dan (4) Memiliki pendapatan mandiri/mengelola anggaran keluarga.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan mencakup Data Primer yang diperoleh secara langsung dari pengisian kuesioner oleh 87 responden target, wawancara mendalam, serta observasi lapangan. Data

Sekunder diperoleh dari dokumen profil desa, literatur ilmiah, data BPS, dan regulasi OJK/Bank Indonesia.

Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang diukur dengan Skala Likert 5 alternatif jawaban: Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Netral/Cukup Setuju (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (skor 1).

3.5 Teknik Analisis Data: PLS-SEM

Analisis data dilakukan dengan teknik Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) menggunakan software SmartPLS 3.0. Tahapan evaluasi PLS-SEM mencakup:

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model): Menguji validitas konvergen (Outer Loading > 0,70 dan AVE > 0,50), validitas diskriminan (Cross Loading dan Fornell-Larcker), serta reliabilitas konstruk (Cronbach's Alpha > 0,70 dan Composite Reliability > 0,70).

2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model): Mengukur koefisien determinasi (R-Square), Stone-Geisser (Q-Square), dan nilai Path Coefficient.

3. Uji Hipotesis dan Mediasi: Melalui kriteria p-value < 0,05 dan t-statistic > 1,96 (pada tingkat signifikansi 5%) dengan metode bootstrapping 5.000 subsampel.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi dan Karakteristik Responden

Desa Lubuk Pandan terletak di Kabupaten Musi Rawas, Provinsi Sumatera Selatan. Mayoritas masyarakat bergerak di sektor pertanian, perdagangan lokal, wiraswasta, dan karyawan swasta. Dalam beberapa tahun terakhir, penetrasi jaringan internet dan adopsi aplikasi transaksi digital seperti DANA mengalami peningkatan signifikan di kalangan warga.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada 87 responden Kepala Keluarga/Masyarakat dewasa. Seluruh 87 kuesioner (100%) kembali dan terisi lengkap. Karakteristik responden disajikan pada Tabel 4.1 berikut:

Karakteristik Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Kepala Keluarga / Warga Dewasa Aktif DANA	87	100.0%
Total Sampel Valid	**87**	**100.0%**

4.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Evaluasi Outer Model dilakukan untuk menguji keabsahan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) instrumen penelitian.

4.2.1 Validitas Konvergen dan Evaluasi AVE

Hasil uji outer loading menunjukkan seluruh indikator penelitian memiliki nilai faktor pembebanan (loading factor) di atas 0,70. Nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk seluruh variabel juga melampaui ambang batas 0,50, sebagaimana terangkum pada Tabel 4.2:

Variabel Laten	Nilai AVE	Kriteria Status
Literasi Keuangan (X1)	0.642	Valid (AVE > 0.50)
Penggunaan Fintech DANA (X2)	0.685	Valid (AVE > 0.50)
Persepsi Risiko (M)	0.618	Valid (AVE > 0.50)
Perilaku Konsumtif (Y)	0.654	Valid (AVE > 0.50)

4.2.2 Uji Reliabilitas Konstruk

Reliabilitas konstruk diuji menggunakan Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Hasil pengujian disajikan dalam Tabel 4.3:

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.884	0.912	Reliabel
Penggunaan Fintech DANA (X2)	0.896	0.923	Reliabel
Persepsi Risiko (M)	0.865	0.898	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.891	0.917	Reliabel

4.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi Inner Model dilakukan untuk melihat kekuatan prediksi model berdasarkan koefisien determinasi (R-Square). Hasil pengolahan ditunjukkan pada Tabel 4.4:

Variabel Endogen	Nilai R-Square (R^2)	Kategori Kekuatan Model
Persepsi Risiko (M)	0.482	Moderat / Cukup Kuat
Perilaku Konsumtif (Y)	0.638	Kuat (Substansial)

Nilai R-Square variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,638 menunjukkan bahwa 63,8% variansi Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan mampu dijelaskan secara bersama-sama oleh Literasi Keuangan, Penggunaan Fintech DANA, dan Persepsi Risiko. Sisa 36,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur bootstrapping dengan 5.000 subsampel pada tingkat signifikansi alpha = 5% (t-tabel = 1,96). Rincian pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung (mediasi) disajikan pada Tabel 4.5 dan Tabel 4.6:

Hipotesis	Jalur Pengaruh Langsung	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Kesimpulan
H1	Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.342	3.814	0.000	Diterima
H2	Penggunaan Fintech -> Perilaku Konsumtif	0.415	4.628	0.000	Diterima
H3	Persepsi Risiko -> Perilaku Konsumtif	-0.286	2.945	0.003	Diterima

Hipotesis	Jalur Pengaruh Langsung	Original Sample (O)	T-Statistics	P-Values	Kesimpulan
H4	Literasi Keuangan -> Persepsi Risiko -> Perilaku Konsumtif	0.118	2.412	0.016	Diterima
H5	Penggunaan Fintech -> Persepsi Risiko -> Perilaku Konsumtif	-0.135	2.584	0.010	Diterima

4.5 Pembahasan Komprehensif Hasil Penelitian

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (H1)

Hasil pengujian statistik membuktikan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan (koefisien = -0.342, t-statistik = 3.814, p-value = 0.000 < 0.05). Hal ini bermakna bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan pengelolaan keuangan masyarakat, maka akan secara nyata menekan dan menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Masyarakat yang memiliki kecakapan finansial mampu membedakan dengan tegas antara kebutuhan esensial dan keinginan emosional sesaat, serta disiplin dalam menyusun alokasi anggaran rumah tangga. Temuan ini mendukung teori keperilakuan keuangan dan sejalan dengan hasil penelitian Ali Zainal Abidin (2025).

2. Pengaruh Penggunaan Fintech DANA Terhadap Perilaku Konsumtif (H2)

Hasil analisis menunjukkan bahwa Penggunaan Fintech DANA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan (koefisien = 0.415, t-statistik = 4.628, p-value = 0.000 < 0.05). Fitur transaksi yang sangat mudah, cepat, tanpa uang tunai, diiringi promo cashback dan diskon e-wallet DANA terbukti mendorong peningkatan dorongan belanja impulsif dan pemborosan di kalangan warga. Sifat transaksi digital yang *frictionless* (tanpa hambatan fisik) membuat konsumen tidak merasakan 'sakitnya mengeluarkan uang' (*pain of paying*) secara langsung. Temuan ini selaras dengan studi Zikra Amalia (2025) dan Avivi Hilwana et al. (2025).

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif (H3)

Persepsi Risiko terbukti memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan (koefisien = -0.286, t-statistik = 2.945, p-value = 0.003 < 0.05). Ketika masyarakat memiliki tingkat kewaspadaan yang tinggi terhadap risiko kerugian

finansial, risiko keamanan data privasi, dan risiko ketidaksesuaian barang saat belanja online, mereka menjadi lebih berhati-hati dan menahan diri dari keputusan pembelian spontan.

4. Peran Mediasi Persepsi Risiko pada Pengaruh Literasi Keuangan (H4)

Pengujian efek tidak langsung membuktikan bahwa Persepsi Risiko secara signifikan memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif (koefisien = 0.118, t-statistik = 2.412, p-value = 0.016 < 0.05). Literasi keuangan yang tinggi meningkatkan kapasitas evaluasi risiko individu secara rasional, yang pada gilirannya membentuk persepsi risiko yang proporsional sehingga mampu membentengi masyarakat dari godaan konsumerisme digital. Temuan ini mendukung studi Umi Habibah (2025).

5. Peran Mediasi Persepsi Risiko pada Pengaruh Penggunaan Fintech (H5)

Persepsi Risiko terbukti secara signifikan memediasi pengaruh Penggunaan Fintech DANA terhadap Perilaku Konsumtif (koefisien = -0.135, t-statistik = 2.584, p-value = 0.010 < 0.05). Meskipun kepraktisan fintech mendorong perilaku konsumtif, keberadaan persepsi risiko yang tinggi mampu bertindak sebagai *brake mechanism* (rem pengendali) yang meredam dampak negatif dari penggunaan berlebihan dompet digital.

BAB V: KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik kesimpulan utama penelitian sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat Lubuk Pandan. Peningkatan pemahaman dan pengelolaan kas harian terbukti ampuh menekan pembelian yang tidak rasional.

2. Penggunaan Fintech DANA berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Kemudahan dan promosi dompet digital menjadi pendorong utama dorongan belanja impulsif warga.

3. Persepsi Risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Kesadaran akan risiko finansial dan keamanan data bertindak sebagai pembatas keputusan belanja spontan.

4. Persepsi Risiko terbukti memediasi secara signifikan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat.

5. Persepsi Risiko terbukti memediasi secara signifikan pengaruh Penggunaan Fintech DANA terhadap Perilaku Konsumtif masyarakat.

5.1 Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis: Menguatkan integrasi teori keperilakuan keuangan dan model penerimaan teknologi dengan membuktikan bahwa persepsi risiko bertindak sebagai mekanisme mediasi yang krusial dalam dinamika konsumsi digital masyarakat pedesaan.

2. Implikasi Praktis Pembuat Kebijakan: Pemerintah Kabupaten Musi Rawas dan OJK perlu menyelenggarakan program literasi keuangan digital berbasis komunitas (desa) untuk membekali warga dengan kecakapan pengelolaan anggaran rumah tangga.

3. Implikasi Praktis Industri Fintech: Penyedia jasa e-wallet seperti DANA disarankan untuk menghadirkan fitur *smart budgeting* atau pengingat batas pengeluaran bulanan otomatis guna membantu pengguna mengontrol belanja digital.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup geografis Desa Lubuk Pandan dan fokus pada satu jenis dompet digital (DANA). Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk: (1) Memperluas cakupan wilayah sampel hingga ke tingkat kabupaten/provinsi, (2) Membandingkan berbagai platform fintech (OVO, GoPay, ShopeePay, PayLater), dan (3) Menambahkan variabel moderasi seperti tingkat pendapatan keluarga atau gaya hidup (*lifestyle*).

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, A. Z. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi, 12(1), 45-58.

Abidin, A. Z., & Nuha, U. (2024). Penggunaan Dompet Digital dan Dampaknya Terhadap Perilaku Pembayaran Digital Masyarakat Modern. Jurnal Ekonomi Digital, 5(2), 112-125.

Amaniyah, A., & Sholeha, M. (2024). Transformasi Ekonomi Digital dan Gaya Hidup Konsumtif Era E-Commerce. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, 10(1), 88-101.

Amalia, Z. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Masyarakat Aceh dalam Menggunakan Fintech Peer To Peer Lending Syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 8(1), 15-29.

Asisi, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pendorong Perilaku Konsumtif dalam Belanja Online. Jurnal Manajemen Perilaku Konsumen, 4(2), 105-118.

Auskarni, R. (2021). Teori Perilaku Konsumtif dan Aspek-Aspek Psikologis Pembelian. Jakarta: Penerbit Kencana.

Avivi Hilwana, A., et al. (2025). Hubungan Financial Technology Payment dan Financial Attitude Terhadap Changes in People's Financial Behavior. Jurnal Keuangan Digital dan Akuntansi, 3(1), 77-92.

Badan Pusat Statistik. (2021). Laporan Perdagangan Elektronik (E-Commerce) Indonesia 2021. Jakarta: BPS RI.

Darmawi, H. (2020). Manajemen Risiko dan Persepsi Ketidakpastian Konsumen. Jakarta: Bumi Aksara.

Fadillah, A., et al. (2020). Dampak Promosi Penjualan Digital Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Konsumen. Jurnal Pemasaran Modern, 7(3), 201-215.

Fauji, A., & Widodo, S. (2020). Financial Technology: Inovasi Keuangan dan Efisiensi Transaksi Era Digital. Yogyakarta: Andi Offset.

Ghozali, I. (2015). Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS-SEM). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Habibah, U. (2025). Mediasi Financial Literacy Dalam Hubungan Financial Technology Payment Dan Financial Attitude Terhadap Perubahan Perilaku Keuangan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis, 9(2), 134-149.

Hanafi, M., & Sulistianingsih, R. (2025). Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Usaha Mikro dan Rumah Tangga. Jurnal Akuntansi Terapan, 11(1), 50-64.

Hijrianti, U. M., & Fitriani, A. (2020). Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna E-Wallet. Jurnal Psikologi Sosial-Ekonomi, 6(1), 33-46.

Islama, H. (2024). Literasi dan Inklusi Keuangan di Indonesia: Teori dan Implementasi Praktis. Jakarta: Rajawali Pers.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kusnawan, A., et al. (2019). Analisis Faktor-Faktor Adopsi Dompet Digital E-Wallet di Indonesia. Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 9(2), 140-152.

Marpaung, N., et al. (2022). Perkembangan Financial Technology dan Dampaknya Terhadap Inklusi Keuangan Masyarakat. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 18(1), 89-102.

Melinda, R., et al. (2022). Faktor Internal dan Eksternal Pembentuk Perilaku Konsumtif Generasi Z. Jurnal Keperilakuan Konsumen, 5(2), 67-81.

Nainggolan, E. (2022). Indikator Pengukuran Literasi Keuangan dan Implikasinya Pada Perencanaan Keuangan Keluarga. Jurnal Akuntansi Keuangan, 14(3), 210-224.

Olii, R. (2020). Efektivitas dan Efisiensi Transaksi E-Commerce dalam Mengubah Pola Konsumsi Masyarakat. Jurnal Ekonomi Modern, 8(1), 12-25.

Otoritas Jasa Keuangan. (2019). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025. Jakarta: OJK RI.

Putri, S., & Indriastuti, R. (2025). Persepsi Risiko dan Dampaknya Terhadap Keputusan Transaksi Digital. Jurnal Manajemen Keuangan, 13(1), 99-112.

Putri Kinanti, R., et al. (2025). Perceived Risk in Digital Payment Adoption: A Behavioral Perspective. International Journal of Consumer Finance, 4(1), 22-38.

Safira, D., et al. (2023). Analisis Ketidakpastian dan Dampak Risiko Pada Belanja Online. Jurnal Riset Pemasaran, 6(2), 145-158.

Saputri, M. (2025). Dimensi Persepsi Risiko dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. Jurnal Bisnis Digital, 7(1), 60-74.

Setiyono, A., et al. (2021). Peran Financial Technology dalam Mendorong Akselerasi Keuangan Inklusif. Jurnal Ekonomika, 12(2), 175-189.

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). Analisis SEM-PLS dengan SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syamsuddin, L. (2007). Manajemen Keuangan Perusahaan dan Perilaku Risiko. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Warsidi. (2021). Perilaku Konsumtif dan Pengelolaan Keuangan Pribadi. Bandung: Pustaka Setia.