

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan manfaat fintech payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Sampel pada penelitian ini berjumlah sebanyak 59 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner digital Google Form dengan skala Likert 5 poin. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang diolah menggunakan software SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan manfaat fintech payment juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Manfaat Fintech Payment, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of perceived ease of use and the benefits of fintech payment on consumer behavior among students. This research employs a quantitative approach with a purposive sampling method. The sample consists of 59 respondents, specifically students from the 2023 Management Study Program at the Faculty of Economics and Business, Jambi University. The data used is primary data obtained through a digital questionnaire via Google Forms using a 5-point Likert scale. The data analysis method applied in this study is multiple linear regression, processed using SPSS 21 software. The results indicate that perceived ease of use has a positive and significant effect on consumer behavior, while the benefits of fintech payment also positively and significantly influence consumer behavior among students.

Keywords: *Perceived Ease of Use, Fintech Payment Benefits, Consumer Behavior*