

---

## **Pengaruh Penggunaan *Digital Payment ShopeePay, Online Shopping* dan *Spending Habit* terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Karyawan Swasta**

**Windra Ningsih Sumambu<sup>(1)</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus; [wningsihsumambu@yahoo.com](mailto:wningsihsumambu@yahoo.com)  
(koresponden)

**Benyamin Mongan<sup>(2)</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus; [bennymongan31@gmail.com](mailto:bennymongan31@gmail.com)

**Johannes Baptista Halik<sup>(3)</sup>**

Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Indonesia Paulus; [johanneshalik@ukipaulus.ac.id](mailto:johanneshalik@ukipaulus.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The rapid advancement of digital technology has fundamentally transformed individual financial behavior, particularly through the increasing use of digital payment systems and online shopping platforms. This study aims to examine the influence of digital payment usage (ShopeePay), online shopping, and spending habits on personal financial management among private-sector employees. A quantitative approach with a causal associative research design was employed. Data were collected using structured questionnaires distributed to private employees who actively use ShopeePay and engage in online shopping activities. The data were analyzed using multiple linear regression techniques. The findings indicate that the use of digital payment services does not automatically enhance personal financial management, suggesting that convenience in digital transactions may not always translate into better financial control. In contrast, online shopping activities play a more prominent role in shaping structured financial management behavior. Meanwhile, spending habits do not demonstrate a consistent influence on personal financial management. Simultaneously, digital payment usage, online shopping, and spending habits collectively contribute to explaining variations in personal financial management in the digital era. These results highlight the importance of strengthening financial literacy and promoting responsible use of financial technology to ensure that digital convenience supports financial planning and control rather than encouraging excessive consumption.*

**Keywords:** digital payment; ShopeePay; online shopping; spending habit, personal financial management.

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku keuangan individu, khususnya terkait penggunaan pembayaran digital dan aktivitas belanja daring. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan digital payment (ShopeePay), online shopping, dan spending habit terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur kepada karyawan swasta yang aktif menggunakan ShopeePay dan melakukan belanja online, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan digital payment belum sepenuhnya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pengelolaan keuangan pribadi, sedangkan aktivitas online shopping memiliki peran penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Di sisi lain, kebiasaan pengeluaran belum menunjukkan pengaruh yang konsisten terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berperan dalam menjelaskan dinamika pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta di era digital. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi finansial secara bijak agar kemudahan transaksi digital tidak mendorong perilaku konsumtif, melainkan mendukung perencanaan dan pengendalian keuangan yang lebih baik.

**Kata kunci:** Pembayaran Digital; Shopeepay; Belanja Online; Kebiasaan Belanja; Perilaku Konsumen

**PENDAHULUAN**  
**Latar Belakang**

Hampir setiap aspek kehidupan manusia telah diubah oleh kemajuan teknologi digital, termasuk pengelolaan keuangan pribadi. Terdapat banyak metode pembayaran digital yang tersedia, dengan ShopeePay menjadi salah satu yang paling dikenal di Indonesia. Aplikasi ini digunakan di beberapa pengecer offline yang bermitra dengan Shopee, selain pasar online. ShopeePay mendorong konsumen untuk melakukan transaksi digital lebih sering dengan menawarkan manfaat seperti pembayaran cepat, insentif cashback, dan diskon menarik. Menurut Mursalim dkk [1], transaksi uang elektronik meningkat lebih dari 40% dibandingkan tahun sebelumnya, menunjukkan bahwa pembayaran digital kini menjadi komponen penting dalam kehidupan kontemporer. Namun, kesulitan baru dalam mengelola keuangan pribadi muncul di balik kenyamanan ini. Transaksi yang mudah dapat membuat seseorang kurang sadar akan pengeluaran mereka karena tidak ada rasa "kehilangan uang fisik". Banyak individu, khususnya karyawan swasta, merasa bahwa penggunaan aplikasi seperti ShopeePay membuat mereka lebih konsumtif dan sulit menabung.

Belanja online memiliki dampak signifikan pada kebiasaan keuangan masyarakat selain pembayaran digital. Pengecer online seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menawarkan kecepatan, kenyamanan, dan berbagai penawaran menarik. Menurut Tandigau dkk [2], kemudahan akses dan banyaknya diskon membuat konsumen lebih sering berbelanja secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan kemampuan keuangan. Hal ini berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif yang dapat mengganggu stabilitas finansial seseorang. Kebiasaan pengeluaran, atau cara seseorang menggunakan uangnya, adalah aspek ketiga yang juga memengaruhi hal ini. Cara seseorang merencanakan, membelanjakan, dan menabung uang mereka tercermin dalam pola pengeluaran mereka. Halik dkk (2023) [3] menyatakan bahwa mengelola anggaran, melacak pengeluaran, dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan adalah contoh praktik keuangan yang baik. Di sisi lain, bahkan dengan pendapatan yang baik, perilaku buruk dapat mengakibatkan masalah keuangan.

Adapun variabel penting dalam penelitian ini adalah pengelolaan keuangan pribadi (personal financial management). Menurut Pareang dkk (2025) [4], Kemampuan untuk mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi guna mencapai kesejahteraan finansial dikenal sebagai manajemen keuangan pribadi. Manajemen keuangan pribadi mencakup beberapa aspek penting, yaitu:

1. Perencanaan Keuangan (Financial Planning): kemampuan menetapkan tujuan keuangan jangka pendek dan panjang.
2. Penganggaran (Budgeting): kemampuan mengatur pendapatan agar dapat mencukupi kebutuhan hidup dan menabung.
3. Pengendalian Pengeluaran (Spending Control): kemampuan membatasi pengeluaran sesuai prioritas.
4. Tabungan dan Investasi (Saving and Investment): kemampuan menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan.
5. Evaluasi Keuangan (Financial Evaluation): kemampuan menilai efektivitas pengelolaan keuangan dan membuat perbaikan bila diperlukan.

Karyawan di sektor swasta sangat rentan terhadap perubahan pola konsumsi digital karena mereka memiliki gaji yang stabil tetapi pengeluaran yang bervariasi. Tergantung pada kebiasaan pengelolaan uang masing-masing orang, kemudahan pembayaran digital dan belanja online dapat berdampak positif atau negatif pada perilaku keuangan mereka.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digital payment memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan individu. Pabane et al [5] menemukan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Halik dkk (2025) [6] melalui Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital menyatakan bahwa aktivitas belanja online memengaruhi pola konsumsi generasi milenial. Penelitian oleh Roreng dan Halik (2025) [7] di Brazilian Journal of Development menunjukkan bahwa kebiasaan pengeluaran memiliki pengaruh terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan. Sedangkan Nurlia & Irdawati (2025) [8] menekankan pentingnya literasi keuangan dalam pengelolaan keuangan pribadi di era digital. Data dari Otoritas Jasa Keuangan [9] juga menunjukkan pertumbuhan pesat pengguna digital payment di Indonesia, namun belum diimbangi dengan pengelolaan keuangan pribadi yang baik.

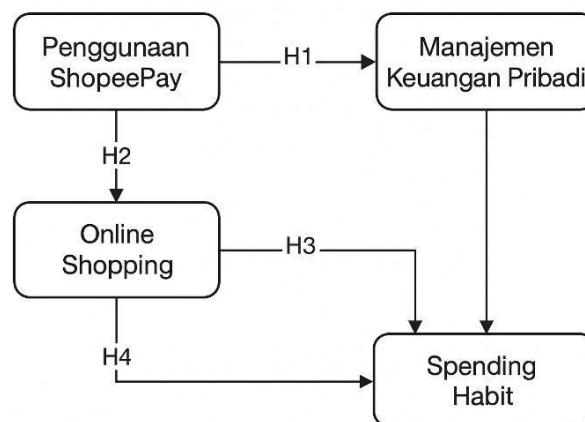
Jelas dari deskripsi bahwa pola pengeluaran, pembelian online, dan penggunaan pembayaran digital adalah variabel signifikan yang mungkin memengaruhi manajemen keuangan pribadi, terutama bagi karyawan di sektor swasta. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana ketiga faktor ini berinteraksi dalam konteks perilaku keuangan individu, penelitian ini sangat penting. Karyawan swasta dapat mengurangi risiko pengeluaran yang tidak terkendali, meningkatkan keterampilan perencanaan keuangan jangka panjang mereka, dan membuat keputusan keuangan yang lebih baik dengan memahami pengaruh setiap aspek dan dampak simultan mereka. Selain keuntungan praktis bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu perilaku konsumen dan manajemen keuangan secara teoretis di era digital. Studi ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen keuangan pribadi dalam menghadapi peningkatan teknologi finansial dengan menjadi referensi penting untuk penelitian di masa depan tentang pembayaran digital, perilaku pembelian online, dan pola pengeluaran.

### Hipotesis

Hipotesis yang ingin diuji dalam penelitian ini terdiri atas hipotesis parsial dan hipotesis simultan. Penulis rumuskan sebagai berikut:

- H1: Diduga penggunaan digital payment (ShopeePay) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. (Semakin tinggi intensitas penggunaan ShopeePay secara bijak, semakin baik pula kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadinya.)
- H2: Diduga online shopping berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. (Semakin tinggi frekuensi berbelanja online, semakin rendah kemampuan individu dalam mengatur dan mengontrol pengeluaran pribadinya.)
- H3: Diduga spending habit berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. (Semakin tinggi kebiasaan konsumtif seseorang, semakin buruk kemampuan individu dalam mengatur keuangan pribadinya.)
- H4: Diduga penggunaan digital payment (ShopeePay), online shopping, dan spending habit secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta.(Ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang berarti terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadinya.)

Berdasarkan hipotesis yang dikemukakan, maka penulis menggambarkan kerangka konseptual penelitian ini seperti pada gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Kerangka Konseptual Penelitian

---

**METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel independen, yaitu penggunaan digital payment (ShopeePay), online shopping, dan spending habit, terhadap variabel dependen berupa pengelolaan keuangan pribadi. Desain asosiatif kausal digunakan untuk menjelaskan pola hubungan sebab–akibat antarvariabel berdasarkan data empiris yang terukur dan dianalisis secara statistik. Pendekatan ini sesuai untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara teoritis dalam konteks perilaku keuangan di era digital [10].

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan sektor swasta di Indonesia yang aktif menggunakan ShopeePay sebagai alat pembayaran digital dan melakukan transaksi belanja online. Pemilihan populasi ini didasarkan pada karakteristik karyawan swasta yang memiliki pendapatan relatif tetap, namun menghadapi dinamika pengeluaran yang tinggi akibat kemudahan akses teknologi finansial dan platform e-commerce. Karakteristik tersebut menjadikan kelompok ini relevan untuk mengkaji pengelolaan keuangan pribadi dalam konteks digitalisasi transaksi keuangan.

Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian [11]. Adapun kriteria responden meliputi karyawan swasta yang telah menggunakan ShopeePay minimal selama enam bulan terakhir serta pernah melakukan transaksi belanja online setidaknya dua kali dalam satu bulan terakhir. Teknik ini digunakan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang memadai terkait variabel yang diteliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden, yang dipandang telah memenuhi ketentuan minimal ukuran sampel untuk penelitian kuantitatif dasar dan analisis regresi linier sederhana [12].

Penelitian ini dilakukan pada karyawan swasta di Indonesia dengan fokus pada pengguna aktif ShopeePay dalam aktivitas belanja online. Lokasi penelitian tidak dibatasi pada wilayah geografis tertentu, melainkan berdasarkan kesesuaian karakteristik responden dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data dilaksanakan dalam rentang waktu Oktober hingga November 2025, yang mencakup tahapan penyusunan instrumen penelitian, penyebaran kuesioner, hingga pengolahan dan analisis data. Pemilihan periode ini disesuaikan dengan stabilitas aktivitas ekonomi dan penggunaan platform digital yang relatif konsisten.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, data terlebih dahulu diuji melalui uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur konstruk secara akurat dan konsisten. Selanjutnya, uji asumsi klasik dilakukan, yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, guna memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar analisis linier [12–14].

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, serta uji F untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Teknik analisis ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk menjawab tujuan penelitian dan memberikan gambaran empiris yang komprehensif mengenai perilaku pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta di era digital.

**Indikator Pengukuran**

Untuk mengukur variabel-variabel demi menjawab hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya, maka **Tabel 1** berikut menjelaskan mengenai indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1.** Indikator Pengukuran

Variabel	Indikator
Penggunaan Digital Payment (Shopeepay) (X <sub>1</sub> )	Kemudahan transaksi, Keamanan, Promosi & cashback, Frekuensi penggunaan
Online Shopping (X <sub>2</sub> )	Kemudahan akses, Ketersediaan produk, Harga & promo, Kemudahan pembayaran
Spending Habit (X <sub>3</sub> )	Kebiasaan berbelanja impulsif, Pengendalian pengeluaran, Perencanaan keuangan
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Perencanaan keuangan, Pengaturan pengeluaran, Tabungan & investasi, Pengendalian konsumsi

Sumber: Dirangkum dari penelitian terdahulu (2025)

## HASIL

### Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, data karakteristik responden diperoleh dari 30 Responden yang sudah bekerja dan sering berbelanja online menggunakan Shopeepay.

**Tabel 2.** Demografis Responden (N = 30)

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden (%)
Usia	20-25 Tahun	15 (50%)
	26-30 Tahun	10 (33%)
	31-35 Tahun	5 (17%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	10 (33%)
	Perempuan	20 (67%)

Sumber: Data primer diolah (2025)

Dari data karakteristik responden, dapat dilihat bahwa mayoritas berada diusia 20 tahunan dan mayoritas perempuan.

### Uji Kualitas Data (Uji Validitas dan Reliabilitas)

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Indikator	Korelasi Item	Sig. (2-tailed)	
Penggunaan Digital Payment (ShopeePay)	X1.1	0,779	< 0,001	Valid
	X1.2	0,793	< 0,001	Valid
	X1.3	0,756	< 0,001	Valid
	X1.4	0,731 0,802	< 0,001 < 0,001	Valid Valid
Online Shopping	X2.1	0,813	< 0,001	Valid
	X2.2	0,902	< 0,001	Valid
	X2.3	0,821	< 0,001	Valid
	X2.4	0,972	< 0,001	Valid
	X2.5	0,901	< 0,001	Valid
Spending Habit	X3.1	0,913	< 0,001	Valid
	X3.2	0,943	< 0,001	Valid
	X3.3	0,943	< 0,001	Valid
	X3.4	0,919	< 0,001	Valid

<b>Pengelolaan Keuangan Pribadi</b>	X3.5	0,858	< 0,001	Valid
	Y.1	0,847	< 0,001	Valid
	Y.2	0,892	< 0,001	Valid
	Y.3	0,888	< 0,001	Valid
	Y.4	0,924	< 0,001	Valid
	Y.5	0,899	< 0,001	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS (2025)

Dalam penelitian ini, Koneksi antara setiap indikator dan skor keseluruhan konstruksi yang bersangkutan diuji dalam uji validitas instrumen penelitian ini. Semua indikator dalam variabel penelitian memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan skor total variabel masing-masing, menurut nilai korelasi Pearson yang ditunjukkan dalam output SPSS 29.

Korelasi antara setiap indikator (X1.1 hingga X1.5) dan skor strategi diversifikasi keseluruhan untuk variabel Penggunaan Pembayaran Digital (ShopeePay) berkisar antara 0,731 hingga 0,802, semuanya signifikan pada tingkat 1% ( $p < 0,01$ ). Karena setiap indikator dalam variabel keragaman Penggunaan Pembayaran Digital (ShopeePay) dapat secara akurat mencerminkan konstruk yang diukurnya, ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki validitas yang tinggi [10].

Nilai korelasi untuk variabel *Online shopping* signifikan pada tingkat 1% dan bervariasi dari 0,813 hingga 0,972 antara setiap indikator (X2.1 hingga X2.5) dan skor keseluruhan variabel. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator dalam variabel ini dapat digunakan untuk mengukur *online shopping*. Demikian pula, nilai korelasi untuk variabel *Spending Habit* signifikan pada tingkat 1% dan berkisar antara 0,858 hingga 0,943 antara setiap indikator (X3.1 hingga X3.5) dan skor keseluruhan variabel. Ini menunjukkan bahwa setiap indikasi dalam variabel ini dapat diandalkan untuk mengukur pola pengeluaran.

Nilai korelasi indikator (Y1 hingga Y5) dengan skor keberlanjutan bisnis secara keseluruhan untuk variabel Manajemen Keuangan Pribadi, di sisi lain, berkisar antara 0,847 hingga 0,924 dan semuanya signifikan pada tingkat 1%. Ini menunjukkan bahwa setiap indikator dapat memberikan penjelasan yang jelas, yang mengindikasikan validitas instrumen.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini memiliki kontribusi yang kuat terhadap konstruk yang diwakilinya dan validitas yang sangat tepat. Oleh karena itu, alat belajar ini cocok untuk ujian tambahan.

### Uji Reliabilitas

Tabel 4 di bawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas dari penelitian ini.

**Tabel 4.** Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Keterangan
0,973	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Koefisien Alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian. Karena semua alat ukur dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas tingkat minimal yang diterima secara umum, semuanya memenuhi persyaratan untuk keandalan yang baik, bahkan luar biasa [13]. Sebagai hasilnya, instrumen penelitian dapat dianggap dapat dipercaya dan sesuai untuk digunakan dalam pengujian hipotesis lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### a.) Uji Normalitas

Tabel 5 memperlihatkan hasil uji Normalitas data menggunakan One Sample Kolmogorov Smirnov.

**Tabel 5.** Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

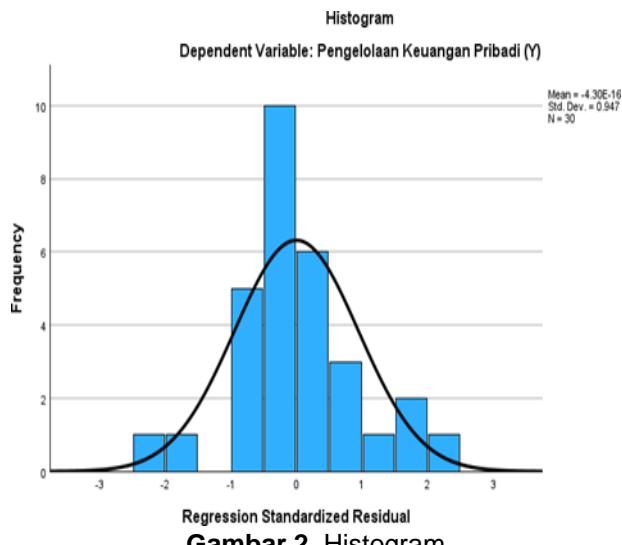
Residual	N	Kolmogorov-Smirnov Z	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Unstandardized Residual	30	0,152	0,075	Normal (terpenuhi)

Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)

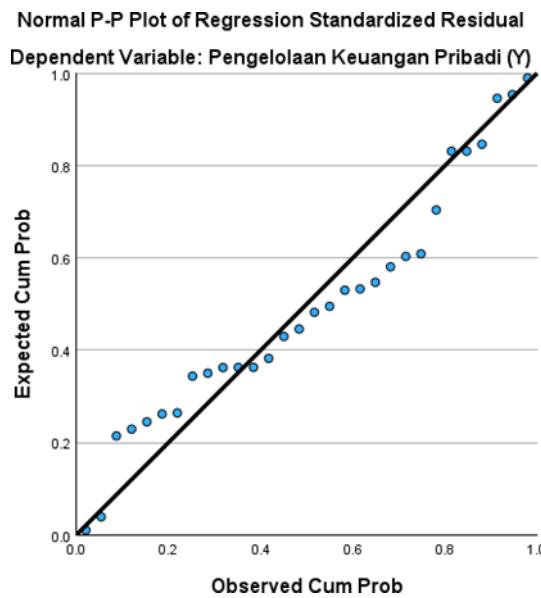
Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel Uji ini digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini pada nilai residu yang tidak distandardisasi dari model regresi [14,15]. Temuan uji menunjukkan nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,075, yang sedikit lebih tinggi dari tingkat signifikansi 0,05. Signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov yang lebih besar dari 0,05

menunjukkan bahwa distribusi residual tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal, atau bahwa residual terdistribusi secara normal. Ini berarti asumsi normalitas model regresi telah terpenuhi [11].

Uji normalitas ini diperlukan untuk mengkonfirmasi validitas model regresi yang digunakan, karena salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linier konvensional adalah bahwa galat (residual) terdistribusi secara normal [12,14]. Sebagai hasilnya, temuan ini mengkonfirmasi kelayakan model regresi yang dibangun untuk penyelidikan lebih lanjut. Gambar 2 dan 3 menunjukkan hasil dari Uji Normalitas.



Gambar 2. Histogram



Gambar 3. Normal P-P Plot

Untuk memastikan asumsi normalitas residual model regresi terpenuhi, digunakan histogram residual dan plot probabilitas normal (Normal P-P Plot) dari residual terstandarisasi<sup>[15]</sup>.

Berdasarkan hasil SPSS, histogram residual menyerupai kurva berbentuk lonceng yang relatif simetris di sekitar nol. Ini menunjukkan bahwa distribusi residu mendekati normalitas [13].

Sementara itu, dalam Plot P-P Normal, titik residu yang dinormalisasi sebagian besar tersebar di sepanjang garis diagonal yang membentang dari kiri bawah ke kanan atas. Sebaran

titik yang relatif dekat dengan garis diagonal menunjukkan tidak adanya penyimpangan besar dari distribusi normal [13]. Secara keseluruhan, kedua uji visual ini mengkonfirmasi temuan uji statistik Kolmogorov-Smirnov sebelumnya, yang juga menunjukkan bahwa residi terdistribusi secara teratur. Sebagai hasilnya, asumsi normalitas residual telah terpenuhi, yang menunjukkan bahwa model regresi yang dibuat memenuhi syarat untuk pengujian hipotesis lebih lanjut.

### b.) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Hasil analisis menunjukkan:

- Untuk variabel *Digital Payment*, VIF sebesar 3,222 dan Tolerance sebesar 0,310.
- Untuk variabel *Online Shopping*, VIF sebesar 3,952 dengan Tolerance 0,253.
- Untuk variabel *Spending Habit*, VIF sebesar 4,047 dengan Tolerance 0,247.

Nilai  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,1$  ini mengindikasikan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel independen dalam model. Artinya, variabel-variabel bebas yang digunakan tidak saling memengaruhi secara linear dalam derajat yang dapat menimbulkan masalah serius pada estimasi koefisien regresi.

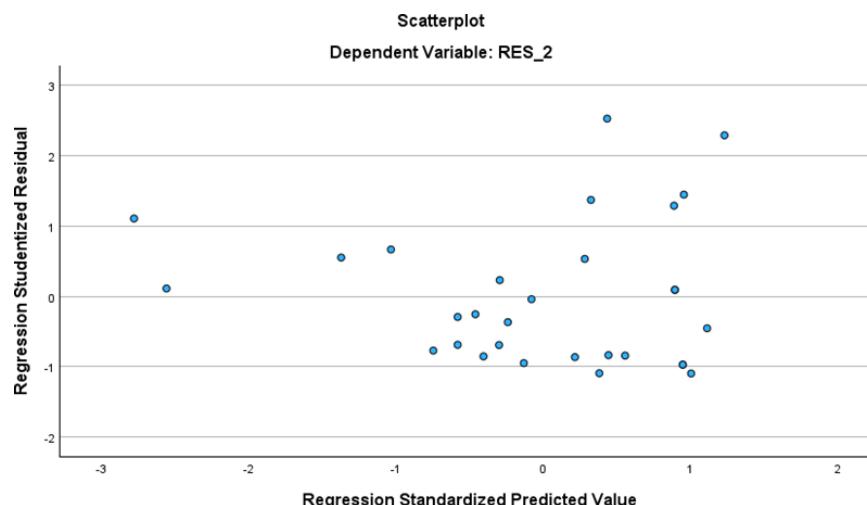
**Tabel 6.** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Digital Payment</i>	0,310	3,222	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Online Shopping</i>	0,253	3,952	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Spending Habit</i>	0,247	4,047	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)

### c.) Uji Heterokedastisitas

Hasil dari uji heteroskedastisitas grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.



Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)

**Gambar 4.** Scatterplot

**Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t****Tabel 7.** Model Coefficient

Variabel Independen	B	Beta	t	Sig.	Keterangan
(Konstanta)	2,359		1,148	0,168	tidak Signifikan
Penggunaan Digital Payment (ShopeePay)	0,241	0,236	1,451	0,159	tidak Signifikan
Online Shopping Spending Habit	0,536	0,598	3,316	0,003	Signifikan
	0,857	0,099	0,543	0,592	tidak Signifikan

*Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan model regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,359 + 0,241X_1+0,536X_2+0,857X_3$$

Penggunaan Pembayaran Digital (ShopeePay) (X1): Memiliki koefisien tidak standar sebesar 0,241 dan tingkat signifikansi 0,159. Ini berarti dampaknya terhadap manajemen keuangan pribadi (Y) tidak signifikan, karena nilai Sig. lebih besar dari 0,05. Belanja Online (X2): memiliki koefisien yang tidak terstandarisasi sebesar 0,536 dan tingkat signifikansi 0,003. Ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang berarti semakin sering seseorang berbelanja online, semakin baik pengelolaan keuangan pribadinya (Y).

Kebiasaan Berbelanja (X3): Memiliki koefisien tidak standar sebesar 0,087 dan tingkat signifikansi 0,592. Ini juga menunjukkan bahwa dampaknya terhadap manajemen keuangan pribadi (Y) minimal.

Hasil Penggunaan Digital Payment (X1) :  $t = 1.451 < 1.706$  t tabel dengan Sig. 0.159. Karena nilai Sig.  $> 0.05$ , hipotesis bahwa penggunaan ShopeePay tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Hasil Online Shopping (X2) :  $t = 3.316 > 1.706$  t tabel dengan Sig. 0.003. Karena nilai Sig.  $< 0.05$ , hipotesis bahwa online shopping berpengaruh signifikan diterima.

Hasil Spending Habit (X3) :  $t = 0.543 < 1.706$  dengan Sig. 0.592, menunjukkan bahwa tidak pengaruhnya signifikan.

**Uji F (Simultan)****Tabel 8.** Hasil Uji Anova

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square F	Sig.	
1 Regression	430.078	3	143.359	31.779	<.001 <sup>b</sup>
Residual	117.289	26	4.511		
Total	547.367	29			

*Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)*

Nilai F = 31.779  $> 2.95$  f tabel dengan Sig.  $< 0.001$ . Karena nilai Sig. sangat kecil (jauh di bawah 0,05), dapat disimpulkan bahwa setidaknya ada satu variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi secara bersama-sama [12].

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 9. Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 <sup>a</sup>	.786	.761	2.124

*Sumber: Data diolah dengan SPSS v.29 (2025)*

Ketiga faktor independen ini menjelaskan 78,6% variasi dalam manajemen keuangan pribadi, seperti yang ditunjukkan oleh R-kuadrat ( $R^2$ ) sebesar 0,786. Ini menunjukkan bahwa model tersebut sangat efektif dalam memprediksi pengelolaan keuangan pribadi.

**PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan digital payment (ShopeePay), online shopping, dan spending habit terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. Pembahasan berikut menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis secara parsial dan simultan, sekaligus mengaitkannya dengan temuan penelitian terdahulu serta konteks perilaku keuangan di era digital.

**Pengaruh Penggunaan Digital Payment (ShopeePay) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa penggunaan digital payment (ShopeePay) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta. Dengan demikian, hipotesis H1 tidak didukung oleh data empiris. Temuan ini mengindikasikan bahwa intensitas penggunaan ShopeePay belum secara otomatis meningkatkan kualitas perencanaan, pengendalian, maupun evaluasi keuangan pribadi individu.

Secara konseptual, kemudahan transaksi, kecepatan pembayaran, serta berbagai incentif promosi yang ditawarkan oleh ShopeePay memang berpotensi membantu efisiensi pengelolaan keuangan. Namun, dalam praktiknya, kemudahan tersebut justru dapat mengurangi kesadaran finansial (financial awareness) karena individu tidak merasakan secara langsung pengeluaran uang tunai (pain of paying). Kondisi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan e-wallet cenderung bersifat netral atau bahkan meningkatkan kecenderungan konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai [1,16].

Novelty dari temuan ini terletak pada konteks responden karyawan swasta, yang memiliki pendapatan relatif stabil namun tetap menunjukkan bahwa adopsi pembayaran digital tidak cukup kuat untuk membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik. Hal ini mempertegas bahwa teknologi finansial bersifat sebagai *enabler*, bukan *determinant*, dalam pengelolaan keuangan pribadi.

**Pengaruh Online Shopping terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa online shopping berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, sehingga hipotesis H2 tidak sepenuhnya sejalan dengan dugaan awal penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas belanja online, justru semakin baik pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta.

Secara empiris, hasil ini dapat dijelaskan melalui perubahan pola konsumsi digital yang semakin rasional. Konsumen online cenderung membandingkan harga, memanfaatkan fitur riwayat transaksi, serta menggunakan promo secara lebih terencana. Aktivitas tersebut mendorong individu untuk melakukan perencanaan anggaran dan pengendalian pengeluaran secara lebih sistematis. Dengan kata lain, belanja online tidak selalu identik dengan perilaku impulsif, melainkan dapat menjadi sarana pembelajaran finansial apabila digunakan secara sadar dan terkontrol.

Temuan ini mendukung sebagian penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa e-commerce dapat meningkatkan efisiensi pengambilan keputusan finansial, terutama bagi konsumen yang memiliki pengalaman dan kontrol diri yang baik [7,17]. Kebaruan penelitian ini terletak pada bukti empiris bahwa

---

dalam kelompok karyawan swasta, online shopping justru berperan sebagai mekanisme adaptif dalam pengelolaan keuangan, bukan sebagai faktor yang merusak stabilitas finansial.

#### **Pengaruh Spending Habit terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa spending habit tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, sehingga hipotesis H3 tidak didukung. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebiasaan pengeluaran individu belum tentu secara langsung menentukan kualitas pengelolaan keuangan pribadi.

Hal ini dapat dijelaskan oleh kemungkinan homogenitas karakteristik responden, di mana sebagian besar responden berada pada rentang usia produktif dengan pola pengeluaran yang relatif seragam. Selain itu, kebiasaan belanja yang bersifat subjektif sering kali dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang tidak sepenuhnya tercermin dalam indikator pengelolaan keuangan formal seperti perencanaan dan tabungan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kebiasaan konsumsi tanpa dukungan literasi keuangan yang kuat tidak cukup untuk menjelaskan variasi pengelolaan keuangan pribadi [3,6,18].

Dari sisi kontribusi ilmiah, hasil ini menegaskan bahwa spending habit bukanlah satu-satunya determinan perilaku keuangan, khususnya dalam konteks karyawan swasta yang telah memiliki struktur pendapatan tetap.

#### **Pengaruh Simultan Digital Payment, Online Shopping, dan Spending Habit**

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa penggunaan digital payment, online shopping, dan spending habit secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini mendukung hipotesis H4 dan menunjukkan bahwa interaksi ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan dinamika pengelolaan keuangan pribadi secara komprehensif.

Koefisien determinasi yang tinggi mengindikasikan bahwa perilaku keuangan individu di era digital tidak dapat dipahami secara parsial, melainkan harus dilihat sebagai sistem perilaku yang saling terkait antara teknologi, kebiasaan konsumsi, dan pola pengeluaran. Temuan ini memperkaya literatur perilaku keuangan dengan menegaskan pentingnya pendekatan integratif dalam mengkaji manajemen keuangan pribadi di tengah penetrasi teknologi digital [19].

#### **Implikasi Teoretis**

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian perilaku keuangan dengan menunjukkan bahwa adopsi teknologi finansial tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kualitas pengelolaan keuangan pribadi. Hasil penelitian ini memperkuat teori perilaku keuangan yang menekankan peran literasi keuangan, kontrol diri, dan rasionalitas dalam memediasi hubungan antara teknologi dan perilaku keuangan. Selain itu, temuan positif online shopping terhadap pengelolaan keuangan memperluas perspektif bahwa e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai saluran konsumsi, tetapi juga sebagai instrumen pembelajaran finansial.

#### **Implikasi Praktis**

Dari sisi praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi penting bagi karyawan swasta, penyedia layanan digital payment, dan pembuat kebijakan. Karyawan swasta diharapkan tidak hanya memanfaatkan kemudahan teknologi, tetapi juga meningkatkan kesadaran dan disiplin dalam mengelola keuangan pribadi. Penyedia layanan digital payment perlu mengembangkan fitur edukatif, seperti pengingat anggaran dan laporan pengeluaran yang lebih informatif. Sementara itu, pemerintah dan lembaga keuangan diharapkan dapat memperkuat program literasi keuangan digital agar pemanfaatan teknologi finansial benar-benar mendukung kesejahteraan finansial masyarakat.

**KESIMPULAN**

Penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai dinamika pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta di tengah meningkatnya penggunaan teknologi digital dalam aktivitas transaksi dan konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan digital payment, khususnya ShopeePay, belum secara langsung mampu meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan dan efisiensi transaksi digital tidak secara otomatis mendorong perilaku keuangan yang lebih terencana apabila tidak disertai dengan kesadaran dan literasi keuangan yang memadai.

Di sisi lain, aktivitas belanja online terbukti berperan dalam membentuk pengelolaan keuangan pribadi yang lebih terstruktur. Belanja online tidak selalu identik dengan perilaku konsumtif, melainkan dapat menjadi sarana bagi individu untuk melakukan perencanaan, pengendalian, dan evaluasi keuangan secara lebih sistematis melalui pemanfaatan informasi harga, promosi, serta riwayat transaksi. Sementara itu, kebiasaan pengeluaran belum menunjukkan peran yang menentukan dalam menjelaskan kualitas pengelolaan keuangan pribadi, yang mengisyaratkan bahwa perilaku konsumsi semata tidak cukup untuk menggambarkan kemampuan individu dalam mengelola keuangannya secara menyeluruh.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan pribadi karyawan swasta di era digital dipengaruhi oleh interaksi antara pemanfaatan teknologi, pola konsumsi, dan kesadaran finansial individu. Teknologi digital berfungsi sebagai alat pendukung yang potensial, namun efektivitasnya sangat bergantung pada kemampuan individu dalam mengelola dan mengendalikan perilaku keuangan secara rasional. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan digital menjadi faktor kunci agar kemudahan transaksi dan belanja online tidak mendorong perilaku konsumtif, melainkan mendukung terciptanya perencanaan dan pengendalian keuangan yang berkelanjutan.

Sebagai rekomendasi, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, dan faktor sosial ekonomi guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan keuangan pribadi. Selain itu, perluasan jumlah dan karakteristik responden juga penting agar temuan penelitian dapat digeneralisasi secara lebih luas dalam konteks perilaku keuangan masyarakat di era digital.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Mursalim, Oktaviani AR, Abdullah. Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *J Apl Manaj Kewirausahaan MASSARO* 2024;6:76–90.
- [2] Tandigau YN, Jaya A, Halik JB. Pengaruh Akses Pembiayaan dan Penggunaan Financial Technology terhadap Kinerja UKM di Kota Makassar ( Studi Kasus Pada UKM di Kota Makassar ). *YOS SOEDARSO Econ J* 2024;6:110–8.
- [3] Halik JB, Halik MY, Latief IF, Irdawati, Balaba E. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Uang Saku Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. *Account Prof J* 2023;5:51–67.
- [4] Pareang T, Mongan B, Halik JB. THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL MANAGEMENT ON THE PERFORMANCE OF TAILORING SMES IN NORTH TORAJA. *J Entrep BUSINESS*, Manag 2025;3:1–17.
- [5] Pabane W, Todingbua MA, Mongan CJ. Unlocking Financial Success : How Literacy and Inclusion Shape SME Owners ' Well-Being in Makassar. *J Mark Manag Innov Bus Rev* 2025;3:36–43. <https://doi.org/10.63416/mrb.v3i1.304>.
- [6] Halik JB, Mongan B, Kamban ST. The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on Student Consumptive Behavior ( Study at the Faculty of Economics and Business , UKI Paulus Makassar ). *Manag Res Stud J* 2025;6:14–22.
- [7] Roreng PP, Halik JB. Anchoring bias and risk aversion in the digital marketplace : investigating their influence on online consumer spending decisions. *Brazilian J Dev* 2025;11:1–23. <https://doi.org/10.34117/bjdv11n9-002>.
- [8] Irdawati, Nurlia. Pengaruh Literasi Keuangan dan Manajemen Kas terhadap Keberlanjutan UMKM Sektor Perdagangan di Kota Bekasi. *ECOHOLIC J Ekon Holistik* 2025;1:35–48.

- 
- [9] Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. Siar Pers 2022. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx> (accessed December 12, 2024).
  - [10] Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan(Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan). Bandung: Cv. Alfabeta; 2021.
  - [11] Memon MA, Ramayah T, Ting H, Cheah J. PURPOSIVE SAMPLING : A REVIEW AND GUIDELINES FOR QUANTITATIVE RESEARCH. *J Appl Struct Equ Model* 2025;9:1–23. [https://doi.org/10.47263/JASEM.9\(1\)01](https://doi.org/10.47263/JASEM.9(1)01).
  - [12] Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Cetakan X. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2021.
  - [13] Riadi E. Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS). 1st ed. Yogyakarta: CV. Andi Offset; 2016.
  - [14] Pallant J. SPSS Survival Manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS (7th ed.). 7th ed. London: Routledge; 2020. <https://doi.org/10.4324/9781003117452>.
  - [15] Okello GO. Statistical Methods Using SPSS. 1st ed. New York: Chapman and Hall/CRC; 2024. <https://doi.org/10.1201/9781003386636>.
  - [16] Mongan CJ, Halik JB, Lambe KHP, Irdawati I. Investor Risk Behavior as a Mediator in the Influence of Financial Literacy on Millennial Investment Decisions : Evidence from Makassar , Indonesia. *J Manag Bus Rev* 2025;22:144–62. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v22i2.820>.
  - [17] Prawesti Ningrum E, Setiawan Wibowo T, Nurlia, Junianto P. Analysis of the Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Investing Decisions in the Millineal Generation in the Society 5.0 Era. *Int J Econ Bus Account Res* 2023;7:1–10.
  - [18] Maya A, Paridy A, Halik JB. The Influence of Access to Financing and Financial Management on the Performance of MSMEs in Makassar City. *J Mark Manag Innov Bus Rev* 2025;3:1–8. <https://doi.org/10.63416/mrb.v3i2.370>.
  - [19] Mahmudah DS, Indriyani ND. From Strategy to Adaptability : How Strategic Leadership Shapes Organizational Resilience via Adaptive Culture. *J Mark Manag Innov Bus Rev* 2025;3:76–88. <https://doi.org/10.63416/mrb.v3i2.391>.