



Pengaruh *Word of Mouth* dan Inovasi Fintech Terhadap Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi di Era FoMO

Mayla Zahra Aisha¹, Maharani Rona Makom², Moh. Muslikh³

^{1,2,3} Politeknik Negeri Semarang

e-mail: maylovsel6@gmail.com, ronamaharani@gmail.com, mrmuslikh20@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Juli 28, 2026

Revised Agustus 02, 2026

Accepted Agustus 15, 2026

Keywords:

Fintech, Word of Mouth, Spending Control

ABSTRACT

Indonesia has experienced rapid growth in the use of financial technology, particularly fintech services that provide convenience in conducting transactions and managing financial activities. Such convenience may influence students' spending behavior, especially amid the development of social media and the Fear of Missing Out (FoMO) phenomenon. This study aims to analyze the effects of word of mouth and fintech innovation on students' spending control and to examine the role of lifestyle as a moderating variable in the FoMO era. This research employed a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through questionnaires distributed to active university students who use fintech services and were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The analytical techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, Moderated Regression Analysis (MRA), t-test, and F-test. The results indicate that word of mouth and fintech innovation have a significant effect on students' spending control. Lifestyle also significantly moderates the effects of word of mouth and fintech innovation on students' spending control. Simultaneously, word of mouth, fintech innovation, and lifestyle have a significant effect on students' spending control. These findings indicate that students' spending control is influenced by social factors, financial technology developments, and lifestyle patterns in responding to digital transaction convenience and the FoMO phenomenon.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received Juli 28, 2026

Revised Agustus 02, 2026

Accepted Agustus 15, 2026

Keywords:

Fintech, Word of Mouth, Pengendalian Pengeluaran

ABSTRACT

Indonesia mengalami perkembangan penggunaan teknologi keuangan yang semakin pesat, khususnya melalui layanan fintech yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi dan mengelola aktivitas keuangan. Kemudahan tersebut dapat memengaruhi perilaku pengeluaran mahasiswa, terlebih di tengah perkembangan media sosial dan fenomena Fear of Missing Out (FoMO). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh word of mouth dan inovasi fintech terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa serta menguji peran gaya hidup sebagai variabel moderasi di era FoMO. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa aktif pengguna layanan fintech dan dianalisis menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Teknik analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, Moderated Regression Analysis (MRA), uji t, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa word of mouth dan inovasi fintech berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Gaya hidup



juga terbukti memoderasi pengaruh word of mouth dan inovasi fintech terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Secara simultan, word of mouth, inovasi fintech, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengendalian pengeluaran mahasiswa dipengaruhi oleh faktor sosial, perkembangan teknologi keuangan, serta pola gaya hidup dalam menghadapi kemudahan transaksi digital dan FoMO.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Mayla Zahra Aisha
Politeknik Negeri Semarang
maylovse16@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sistem keuangan. Digitalisasi sektor keuangan ditandai dengan munculnya inovasi *financial technology* (*fintech*) yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi. Kehadiran *fintech* tidak hanya mengubah cara individu bertransaksi, tetapi juga memengaruhi perilaku keuangan, khususnya dalam hal pengeluaran dan pengelolaan keuangan. Di Indonesia, penggunaan *fintech* mengalami peningkatan yang pesat, terutama pada layanan pembayaran digital seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan *pay later*. Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z menjadi salah satu kelompok pengguna terbesar layanan *fintech* karena memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi. Kemudahan transaksi digital menjadikan aktivitas konsumsi semakin praktis dan cepat, sehingga *fintech* telah menjadi bagian dari gaya hidup sehari-hari mahasiswa. Namun demikian, peningkatan penggunaan *fintech* tidak selalu diikuti dengan peningkatan kemampuan dalam mengelola keuangan. Kemudahan transaksi digital, berbagai promo, *cashback*, serta fitur pembayaran instan sering kali mendorong mahasiswa untuk melakukan pengeluaran tanpa perencanaan yang matang. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara akses layanan keuangan dengan kemampuan pengendalian pengeluaran, khususnya pada mahasiswa yang umumnya masih memiliki pendapatan terbatas.

Fenomena tersebut semakin kompleks ketika dikaitkan dengan perkembangan perilaku sosial dan psikologis di era digital. Salah satu fenomena yang banyak terjadi adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari tren atau aktivitas sosial yang sedang berlangsung. FoMO mendorong individu untuk mengikuti tren demi memperoleh pengakuan sosial, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif. Kondisi ini diperkuat oleh temuan bahwa FoMO memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan dan dapat mendorong pengambilan keputusan yang tidak rasional. (Wahyuni *et al.*, 2025) Selain faktor psikologis, faktor sosial seperti *word of mouth* juga memiliki peran penting dalam memengaruhi perilaku keuangan. Informasi dan rekomendasi yang diperoleh dari lingkungan sosial sering kali dijadikan acuan dalam menentukan keputusan konsumsi. Dalam konteks mahasiswa, interaksi sosial yang tinggi membuat *word of mouth* menjadi salah satu faktor dominan dalam membentuk perilaku pengeluaran. (Riska & Ginanjar, 2022) Dari sisi internal, gaya hidup juga menjadi faktor yang memengaruhi pola pengeluaran individu. Gaya hidup mencerminkan pola hidup seseorang yang ditunjukkan melalui aktivitas, minat, dan opini, yang pada akhirnya memengaruhi perilaku konsumsi. Mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif



cenderung memiliki tingkat pengeluaran yang lebih tinggi dan sulit dalam mengendalikan keuangan. (Kheruntika & Purwanto, 2025)

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa dipengaruhi oleh kombinasi faktor teknologi, sosial, dan psikologis. Dalam konteks *fintech*, Wahyuni *et al.* (2025) menemukan bahwa *fintech* berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, meskipun tidak selalu meningkatkan literasi keuangan secara langsung. Pada saat yang sama, FoMO juga berperan dalam memengaruhi literasi dan perilaku keuangan individu. Pengaruh teknologi semakin terlihat dari penggunaan *e-money* dan media sosial. Mula & Pradikto, (2025) menunjukkan bahwa *e-money*, media sosial, dan FoMO berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan FoMO sebagai faktor yang paling dominan. Dari perspektif gaya hidup sosial, Silooy & Titaley, (2025) menunjukkan bahwa gaya hidup digital dan FoMO berpengaruh positif terhadap pengeluaran konsumtif, sedangkan pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku tersebut. Faktor psikologis juga memiliki peran yang signifikan. Wijayanto *et al.* (2025) menemukan bahwa FoMO dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek emosional dan pengetahuan memiliki keterkaitan dalam membentuk perilaku keuangan. Selain itu, Noviani *et al.* (2024) menunjukkan bahwa *financial knowledge*, *parental financial socialization*, dan FoMO berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, yang menegaskan adanya pengaruh faktor internal dan sosial secara bersamaan. Dalam konteks perilaku konsumtif remaja, Putri *et al.* (2024) menemukan bahwa *financial knowledge* dan FoMO berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, di mana FoMO memperkuat kecenderungan pengeluaran individu. Dari sisi keputusan pembelian, Prabowo & Santoso, (2025) menunjukkan bahwa FoMO dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan kuatnya pengaruh faktor sosial dan psikologis. Hal tersebut diperkuat oleh Putri & Rahmawan, (2022) yang menemukan bahwa *word of mouth* dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga memperjelas bahwa pengaruh sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi. Dalam perspektif keuangan perilaku, Budiman *et al.* (2025) menunjukkan bahwa faktor sosial seperti *herding behavior* berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan, dengan FoMO berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat pengaruh tersebut. Selain itu, Haris *et al.* (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup dan pengendalian pengeluaran keuangan berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, yang menunjukkan pentingnya kemampuan pengendalian diri dalam mengelola pengeluaran.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan dan konsumtif mahasiswa, hasil yang diperoleh masih menunjukkan ketidakkonsistenan, khususnya terkait pengaruh *fintech* terhadap pengelolaan keuangan. Di satu sisi, *fintech* memberikan kemudahan transaksi dan akses keuangan, namun di sisi lain justru berpotensi meningkatkan pengeluaran konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian diri yang baik. Selain itu, sebagian besar penelitian lebih menekankan pada perilaku konsumtif atau keputusan pembelian, sehingga kajian yang secara spesifik menyoroti pengendalian pengeluaran mahasiswa masih relatif terbatas.

Di sisi lain, pengaruh sosial melalui *word of mouth* serta fenomena FoMO terbukti memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa. Namun, penelitian yang mengintegrasikan pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* secara simultan terhadap pengendalian pengeluaran, dengan mempertimbangkan peran gaya hidup sebagai variabel moderasi, masih belum banyak dilakukan. Padahal, gaya hidup dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh teknologi dan faktor sosial terhadap perilaku pengeluaran mahasiswa, terutama di era digital yang sarat dengan tekanan sosial dan tren konsumsi. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengendalian pengeluaran mahasiswa di era FoMO tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi melalui *fintech*, tetapi juga oleh pengaruh sosial



seperti *word of mouth* serta faktor internal berupa gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dengan gaya hidup sebagai variabel moderasi di era FoMO. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian perilaku keuangan serta menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan secara lebih bijak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal yang bertujuan menguji pengaruh antarvariabel melalui data numerik yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif digunakan karena variabel penelitian diukur menggunakan angka dan dianalisis secara statistik, sebagaimana penelitian Mula dan Pradikto (2025), Kheruntika dan Purwanto (2025), serta Wahyuni et al. (2025) yang menggunakan analisis kuantitatif untuk mengkaji perilaku keuangan dan konsumtif. Penelitian ini menganalisis pengaruh *word of mouth* (X1) dan inovasi *fintech* (X2) terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa (Y), serta menguji gaya hidup (M) sebagai variabel moderasi pada hubungan tersebut di era Fear of Missing Out (FoMO). Data yang digunakan terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa aktif yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah dan artikel ilmiah sebagai landasan teori, penyusunan instrumen, dan pengembangan hipotesis. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Populasi penelitian mencakup mahasiswa aktif pengguna layanan *fintech*, khususnya dompet digital dan *mobile banking*. Sampel ditentukan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif, menggunakan layanan *fintech* untuk aktivitas keuangan sehari-hari, serta pernah melakukan transaksi non-tunai untuk kebutuhan konsumsi. Jumlah sampel minimal yang ditetapkan adalah 100 responden. Pengolahan data dilakukan melalui tahap editing, coding, entry, dan tabulasi. Editing digunakan untuk memeriksa kelengkapan dan kesesuaian jawaban, coding dilakukan dengan memberikan kode numerik berdasarkan skala Likert, entry dilakukan dengan memasukkan data ke perangkat lunak statistik, sedangkan tabulasi digunakan untuk menyusun data secara sistematis sebelum dianalisis. Analisis data dilakukan menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS), meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, *Moderated Regression Analysis* (MRA), uji parsial (uji t), dan uji statistik F. Uji validitas menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dengan kriteria $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ pada taraf signifikansi 5%, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan nilai $\geq 0,70$. Uji asumsi klasik mencakup uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Selanjutnya, MRA digunakan untuk menguji peran gaya hidup sebagai variabel moderasi melalui pembentukan interaksi $X1 \times M$ dan $X2 \times M$. Variabel moderasi dinyatakan berpengaruh apabila nilai signifikansi interaksi $< 0,05$. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengorelasikan skor tiap butir pernyataan terhadap skor total variabelnya menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Suatu butir



dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel pada taraf signifikansi 5%. Dengan jumlah responden sebanyak 133 orang, diperoleh derajat bebas (df) sebesar n dikurangi 2, yaitu 131, sehingga nilai r tabel yang menjadi acuan adalah sebesar 0,170. Rekapitulasi hasil uji validitas untuk masing masing variabel disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel *Word of Mouth* (X_1)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,708	0,170	Valid
X1.2	0,743		
X1.3	0,713		
X1.4	0,766		
X1.5	0,798		

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi *Fintech* (X_2)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,716	0,170	Valid
X2.2	0,671		
X2.3	0,805		
X2.4	0,638		
X2.5	0,747		

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (M)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
M.1	0,762	0,170	Valid
M.2	0,843		
M.3	0,824		
M.4	0,821		
M.5	0,708		

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,831	0,170	Valid
Y.2	0,770		
Y.3	0,663		
Y.4	0,718		
Y.5	0,736		

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel di atas, seluruh butir pernyataan pada keempat variabel penelitian, yaitu *word of mouth*, inovasi *fintech*, gaya hidup, dan pengendalian pengeluaran mahasiswa, memiliki nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,170 dengan tingkat signifikansi di bawah 0,01. Dengan demikian, seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak dipertahankan sebagai instrumen pengumpulan data

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal masing masing variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila



memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,70 atau lebih. Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X1)	0,800	5	Reliabel
Inovasi <i>Fintech</i> (X2)	0,761	5	
Gaya Hidup (M)	0,851	5	
Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa (Y)	0,798	5	

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data residual model regresi menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Data residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05.

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Nilai
N	133
Kolmogorov-Smirnov Z (<i>Test Statistic</i>)	0,045
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) yang diperoleh sebesar 0,200, yaitu lebih besar daripada 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual pada model regresi penelitian ini berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen. Model regresi dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih besar daripada 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih kecil daripada 10.

Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X1)	0,998	1,002	Bebas Multikolinieritas
Inovasi <i>Fintech</i> (X2)	0,981	1,020	
Gaya Hidup (M)	0,979	1,022	

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF jauh di bawah 10. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan terbebas dari gejala multikolinearitas antarvariabel independen.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dinyatakan tidak mengalami



gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing masing variabel independen lebih besar daripada 0,05.

Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Variabel	t	Sig.	Keterangan
<i>Word of Mouth</i> (X1)	-1,315	0,191	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Inovasi <i>Fintech</i> (X2)	-0,533	0,595	
Gaya Hidup (M)	0,514	0,608	

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Nilai signifikansi ketiga variabel independen berada di atas 0,05. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dinyatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga varians residual bersifat homogen (homoskedastisitas).

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa sebelum dilakukan pengujian efek moderasi.

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi Model Regresi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,411	0,169	0,150	3,194

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 10 Hasil Uji F Model Regresi Berganda (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	267,813	3	89,271	8,752	0,000
Residual	1315,751	129	10,200		
Total	1583,564	132			

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 11 Hasil Uji Koefisien Model Regresi Beranda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	4,826	1,710		2,821	0,006
<i>Word of Mouth</i> (X1)	0,164	0,080	0,165	2,055	0,042
Inovasi <i>Fintech</i> (X2)	0,204	0,082	0,201	2,486	0,014
Gaya Hidup (M)	0,266	0,076	0,284	3,502	0,001

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel koefisien di atas, dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = 4,826 + 0,164X_1 + 0,204X_2 + 0,266M + \epsilon$$

Nilai konstanta sebesar 4,826 menunjukkan bahwa apabila *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup bernilai konstan atau sama dengan nol, maka pengendalian pengeluaran mahasiswa berada pada nilai 4,826. Ketiga koefisien regresi bertanda positif, yang berarti bahwa peningkatan pada masing-masing variabel independen tersebut sejalan dengan peningkatan kemampuan pengendalian pengeluaran mahasiswa, dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai *R-Square* sebesar 0,169 menunjukkan bahwa *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup secara bersama sama mampu menjelaskan 16,9% variasi pengendalian pengeluaran



mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 83,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Pengujian efek moderasi dilakukan dengan menambahkan variabel interaksi, yaitu perkalian antara *word of mouth* dengan gaya hidup ($X1 \times M$) serta perkalian antara inovasi *fintech* dengan gaya hidup ($X2 \times M$), ke dalam model regresi. Hasil pengujian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 12 Hasil Koefisien Determinasi Model MRA

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0,504	0,254	0,224	3,051

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 13 Hasil Uji F Model MRA (ANOVA)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	401,709	5	80,342	8,633	0,000
Residual	1181,855	127	9,306		
Total	1583,564	132			

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Tabel 14 Hasil Uji Koefisien Model MRA

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	22,579	5,079		4,445	0,000
Word of Mouth (X1)	-0,644	0,269	-0,649	-2,396	0,018
Inovasi Fintech (X2)	-0,374	0,289	-0,368	-1,293	0,198
Gaya Hidup (M)	-1,139	0,390	-1,218	-2,923	0,004
Interaksi $X1 \times M$	0,062	0,019	1,239	3,190	0,002
Interaksi $X2 \times M$	0,047	0,022	0,949	2,148	0,034

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2026

Persamaan *Moderated Regression Analysis* yang terbentuk adalah sebagai berikut.

$$Y = 22,579 - 0,644X1 - 0,374X2 - 1,139M + 0,062(X1 \times M) + 0,047(X2 \times M) + \epsilon$$

Nilai *R-Square* pada model MRA meningkat dari 0,169 pada model regresi berganda tanpa interaksi menjadi 0,254 setelah variabel interaksi dimasukkan ke dalam model, atau meningkat sebesar 8,5%. Peningkatan tersebut mengindikasikan bahwa keikutsertaan gaya hidup sebagai variabel moderasi mampu memperkuat daya jelas model terhadap variasi pengendalian pengeluaran mahasiswa.

Perlu dicatat bahwa setelah variabel interaksi dimasukkan ke dalam model, arah koefisien pada beberapa variabel utama, yaitu *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup, berubah dari positif menjadi negatif. Perubahan arah semacam ini umum terjadi pada *Moderated Regression Analysis* apabila variabel interaksi dibentuk dari perkalian langsung antara variabel independen dengan variabel moderasi tanpa melalui proses pemusatan (*mean centering*) terlebih dahulu, sehingga variabel interaksi cenderung berkorelasi tinggi dengan variabel pembentuknya. Kondisi tersebut dapat menggeser dan membuat kurang stabil interpretasi koefisien pengaruh utama pada model MRA, meskipun tidak memengaruhi kesimpulan mengenai keberadaan efek moderasi itu sendiri, karena penentuan efek moderasi berpedoman pada signifikansi koefisien variabel interaksi, bukan pada koefisien pengaruh



utama. Oleh karena itu, interpretasi pengaruh langsung *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa tetap merujuk pada hasil model regresi berganda pada Tabel 4.11, sedangkan model MRA digunakan khusus untuk menguji ada tidaknya peran moderasi gaya hidup.

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel secara parsial terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas yang sesuai pada masing-masing model, diperoleh nilai t tabel sebesar 1,979.

Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hasil uji parsial pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* memiliki nilai t hitung sebesar 2,055, yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,979, dengan nilai signifikansi sebesar 0,042, yaitu lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H1 yang menduga bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dinyatakan diterima.

Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Variabel inovasi *fintech* memiliki nilai t hitung sebesar 2,486, yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,979, dengan nilai signifikansi sebesar 0,014, yaitu lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H2 yang menduga bahwa inovasi *fintech* berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dinyatakan diterima.

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Berdasarkan Tabel 4.14, variabel interaksi $X_1 \times M$ (*word of mouth* dengan gaya hidup) memiliki nilai t hitung sebesar 3,190, yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,979, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, yaitu lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H3 yang menduga bahwa gaya hidup memoderasi pengaruh *word of mouth* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dinyatakan diterima.

Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Variabel interaksi $X_2 \times M$ (inovasi *fintech* dengan gaya hidup) memiliki nilai t hitung sebesar 2,148, yang lebih besar daripada t tabel sebesar 1,979, dengan nilai signifikansi sebesar 0,034, yaitu lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H4 yang menduga bahwa gaya hidup memoderasi pengaruh inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dinyatakan diterima.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama sama terhadap variabel dependen. Pada model regresi berganda, diperoleh nilai F hitung sebesar 8,752 dengan nilai F tabel pada $df_1 = 3$ dan $df_2 = 129$ sebesar 2,675, serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena F hitung lebih besar daripada F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05, maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa.

Pada model MRA, nilai F hitung sebesar 8,633 dengan nilai F tabel pada $df_1 = 5$ dan $df_2 = 127$ sebesar 2,286, serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut juga menunjukkan bahwa model MRA secara simultan signifikan dalam menjelaskan pengendalian



pengeluaran mahasiswa, sehingga model dengan penambahan variabel interaksi tetap layak digunakan (*goodness of fit* terpenuhi).

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Nilai *Adjusted R-Square* pada model regresi berganda sebesar 0,150, yang berarti *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup mampu menjelaskan 15,0% variasi pengendalian pengeluaran mahasiswa. Setelah variabel interaksi dimasukkan ke dalam model MRA, nilai *Adjusted R-Square* meningkat menjadi 0,224, atau 22,4%. Peningkatan tersebut memperkuat bukti bahwa gaya hidup berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa.

Pembahasan

Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Ardhana dan Rahmawan (2022) yang menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, serta penelitian Prabowo dan Santoso (2025) yang menemukan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada generasi Z. Arah koefisien yang positif pada model regresi berganda mengindikasikan bahwa informasi dan rekomendasi yang diterima mahasiswa dari lingkungan sosialnya tidak semata-mata mendorong konsumsi, tetapi turut berfungsi sebagai sumber pertimbangan yang membantu mahasiswa dalam mengambil keputusan pengeluaran yang lebih terarah. Dengan kata lain, semakin aktif mahasiswa menerima dan mempertimbangkan *word of mouth* dari lingkungan sekitarnya, semakin besar pula kecenderungannya untuk lebih selektif dan terkendali dalam membelanjakan uang.

Pengaruh Inovasi *Fintech* terhadap Pengendalian Pengeluaran Mahasiswa

Inovasi *fintech* terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa, sejalan dengan temuan Wahyuni dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa *fintech* berpengaruh terhadap perilaku manajemen keuangan, serta Mula dan Pradikto (2025) dan Kheruntika dan Purwanto (2025) yang menemukan keterkaitan antara penggunaan layanan keuangan digital dengan perilaku konsumsi mahasiswa. Arah koefisien positif pada penelitian ini menunjukkan bahwa fitur-fitur inovasi *fintech*, seperti kemudahan pencatatan transaksi, notifikasi pengeluaran, dan pengelolaan keuangan digital, lebih banyak dimanfaatkan mahasiswa sebagai alat bantu pengendalian keuangan dibandingkan sekadar sarana mempermudah transaksi. Temuan ini melengkapi penelitian terdahulu yang lebih menyoroti sisi peningkatan perilaku konsumtif akibat kemudahan *fintech*, dengan menunjukkan sisi lain, yaitu potensi *fintech* sebagai instrumen pendukung pengendalian pengeluaran apabila dimanfaatkan secara tepat oleh penggunanya.

Peran Gaya Hidup sebagai Variabel Moderasi

Hasil *Moderated Regression Analysis* menunjukkan bahwa gaya hidup terbukti memoderasi pengaruh *word of mouth* maupun inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa, yang ditunjukkan oleh peningkatan nilai *R-Square* dari 0,169 menjadi 0,254 setelah variabel interaksi dimasukkan ke dalam model. Temuan ini memperkuat penelitian Kheruntika dan Purwanto (2025), Silooy dan Titaley (2025), serta Haris dkk. (2021) yang menegaskan peran penting gaya hidup dalam membentuk perilaku konsumsi individu. Signifikansi kedua variabel interaksi pada penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap kemampuan mahasiswa mengendalikan pengeluaran tidak bersifat tetap, melainkan bergantung pada pola gaya hidup yang dijalani



mahasiswa tersebut. Bagi mahasiswa dengan gaya hidup yang lebih tertata, informasi sosial dan kemudahan *fintech* cenderung dimanfaatkan secara lebih terarah, sedangkan bagi mahasiswa dengan gaya hidup yang lebih konsumtif, kedua faktor tersebut berpotensi memperbesar kecenderungan pengeluaran. Dengan demikian, gaya hidup berperan penting sebagai faktor kontekstual yang menentukan efektif atau tidaknya pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa di era FoMO.

KESIMPULAN

Fintech berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai *t* hitung sebesar 2,486 dengan tingkat signifikansi 0,014, sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa inovasi *fintech* memiliki hubungan yang berarti dengan kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan pengeluaran. *Word of mouth* juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dengan nilai *t* hitung sebesar 2,055 dan signifikansi 0,042, sehingga hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa informasi, rekomendasi, serta pengalaman yang disampaikan melalui lingkungan sosial dapat memengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengelola pengeluaran. Selanjutnya, gaya hidup terbukti berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan *word of mouth* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai *t* hitung sebesar 3,190 dengan signifikansi 0,002, sehingga hipotesis ketiga diterima. Gaya hidup juga terbukti memoderasi pengaruh inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dengan nilai *t* hitung sebesar 2,148 dan signifikansi 0,034, sehingga hipotesis keempat diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *word of mouth* dan inovasi *fintech* terhadap pengendalian pengeluaran tidak bersifat sama bagi setiap mahasiswa, tetapi dapat berbeda sesuai dengan pola gaya hidup yang dimiliki. Mahasiswa dengan gaya hidup yang lebih tertata cenderung dapat memanfaatkan informasi sosial dan kemudahan layanan *fintech* secara lebih terarah, sedangkan gaya hidup konsumtif dapat memperbesar kecenderungan pengeluaran. Secara simultan, *word of mouth*, inovasi *fintech*, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pengendalian pengeluaran mahasiswa dengan nilai *F* hitung sebesar 8,752 pada model regresi berganda dan 8,633 pada model MRA, keduanya memiliki signifikansi 0,000. Penambahan variabel interaksi gaya hidup juga meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi pengendalian pengeluaran, ditunjukkan melalui peningkatan Adjusted R-Square dari 0,150 menjadi 0,224. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pengendalian pengeluaran mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor teknologi dan informasi sosial, tetapi juga berkaitan dengan pola gaya hidup yang menentukan bagaimana mahasiswa merespons kemudahan *fintech* dan pengaruh *word of mouth* di era FoMO.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, J., Ong, T., & Yuwono, W. (2025). *Exploring Cognitive Bias Influence on Investment Decisions in Indonesia: The Mediating Role of FOMO*. *Jurnal Economia*, 21(3), 432–446. <https://doi.org/10.21831/economia.v20i1.76879>
- Euglezyano Gary, & Murtiasih Sri. (2025). Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko, Persepsi Biaya dan Positive Word of Mouth (WOM) Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Mobile Banking BCA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol. 5, No. <https://doi.org/10.36908/jimpa>
- Firdausya Caesa Putri Azzahra. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan, Risiko, Keamanan, dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Menggunakan *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) Pada Pelaku UMKM Kabupaten Sleman. Universitas Islam



Indonesia Yogyakarta.

- Haris Muhammad Fadlan, Siregar M Yamin, & Parulian Tohap. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Pengendalian Keuangan Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Pekerja di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Stambuk 2021 / *The Influence of Lifestyle and Financial Control on Impulsive Buying in Working Students at the Muha. Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Kheruntika, S., & Purwanto, T. (2025). Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Dewasa Awal di Era Digital: Studi Empiris Pengaruh *E-Wallet*, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri *Consumptive Online Shopping Behavior Among Young Adults In The Digital Era: an Empirical Study Of The Influence Of E-Wallet*.
- Mula, I., & Pradikto, S. (2025). Pengaruh Media Sosial, Perilaku FOMO (*Fear of Missing Out*), dan Penggunaan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Wiranegara. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global (AEPPG)*, (2024), 30–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i3.1293>
- Noviani, A. A. N. S. L. (2024). *The Influence of Financial Knowledge, Parental Financial Socialization, and Fear of Missing Out (FOMO) on the Financial Behavior of Gen Z students in Indonesia : Examining The Moderating Role of Gender Afifatun. Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 10(4), 1742–1752.
- Prabowo Nugroho Adi, & Santoso Rudy. (2025). Pengaruh *Fear of Missing Out* (FOMO), *Lifestyle* dan *Word of Mouth* (WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Gen Z Kabupaten Sidoarjo. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 05, No. 02.
- Putri, N. S. B., Widyastuti, U., & Mahfirah, T. F. (2024). *Unraveling the Interplay Between Financial Knowledge and FOMO in Shaping Adolescent Consumptive Behavior in Jakarta. International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, 1(1), 20–36. <https://doi.org/10.21009/isc-beam.011.02>
- Putri Septia Ardhana Riska, & Rahmawan Ginanjar. (2022). Pengaruh Kepercayaan, *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Edunomika*, Vol. 06, N.
- Riska, P. S. A., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Word of Mouth, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan. *Edunomika*, 6.
- Silooy, M., & Titaley, Y. T. (2025). Gaya Hidup Digital, FOMO, dan Pengendalian Diri sebagai Prediktor Pengeluaran Konsumtif di Kalangan Milenial. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 6(2), 175–183. <https://doi.org/10.30598/arujournalvol6iss2pp175-183>
- Wahyuni, H., Erwantiningsih, E., & Pudyaningsih, A. R. (2025). *Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FoMO, Love of Money. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 102–114. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i1.15526>
- Wijayanto, J., Todingbua, M. A., & Jaya, A. (2025). *The Effect of Fear of Missing Out and Financial Literacy on Student Financial Behavior. Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23 No. 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>