

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa Manajemen Universitas Trunojoyo Madura. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling yang merupakan salah satu jenis probability sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan observasi dan kuesioner. Pengujian data menggunakan uji Validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis yang meliputi uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa, sedangkan literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Secara simultan, *digital payment* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif mahasiswa.

Kata kunci: *digital payment*, literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital payment and financial literacy on impulsive buying behavior among Management students at the University of Trunojoyo Madura. This research uses a quantitative approach. The population in this study includes all active students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Trunojoyo Madura. The sample consisted of 100 respondents, selected using simple random sampling, which is a type of probability sampling. Data collection techniques included observation and questionnaires. Data analysis involved validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing, including t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results showed that digital payment has a positive and significant effect on students' impulsive buying behavior, while financial literacy has a negative and significant effect. Simultaneously, digital payment and financial literacy significantly influence students' impulsive buying behavior.

Keywords: digital payment, financial literacy, impulsive buying behavior, students