

## ABSTRAK

**WIDIYA NOVITASARI. 2026. Pengaruh *Marketplace* dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Agusdiwana Suarni dan Muhammad Khaedar Sahib.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketplace* dan fasilitas *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 1.294 responden yang diambil menggunakan teknik pemilihan acak sederhana. Penelitian ini menganalisis data dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS, serta dilengkapi dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan, *marketplace* dan *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara terpisah, *marketplace* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai koefisien mencapai 0,827 dan nilai signifikansi 0,00 ( $< 0,05$ ), Sementara itu, *digital payment* memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap perilaku berbelanja mahasiswa, dengan koefisien sebesar 0,048 dan nilai signifikansi 0,00 ( $< 0,05$ ). *Marketplace* merupakan variabel yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

**Kata Kunci: *Marketplace*, *Fintech*, Konsumsi, Impulsivitas, dan Literasi**

## ABSTRACT

**WIDIYA NOVITASARI. 2026. *The Influence of Marketplace and Digital Payment on the Consumptive Behavior of Students at Muhammadiyah University of Makassar. Undergraduate Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by Agusdiwana Suarni and Muhammad Khaedar Sahib.***

*This study aims to determine the influence of marketplaces and digital payment facilities on the consumptive behavior of students at Muhammadiyah University of Makassar. The method used in this study is quantitative with a survey approach. Data collection was conducted by distributing questionnaires to 1,294 respondents selected using a simple random selection technique. This study analyzed the data using multiple linear regression using SPSS, and supplemented with validity tests, reliability tests, and classical assumption tests. The results of this study indicate that, simultaneously, marketplaces and digital payments have a positive and significant influence on student consumptive behavior. Separately, marketplaces also demonstrated a positive and significant influence on student consumer behavior, with a coefficient value of 0.827 and a significance value of 0,00 (<0.05). Meanwhile, digital payments had a positive and significant impact on student shopping behavior, with a coefficient value of 0.048 and a significance value of 0,00 (<0.05). Marketplaces were the most dominant variable influencing student consumer behavior.*

**Keywords: Marketplace, Fintech, Consumption, Impulsivity, and Literacy**