

ABSTRAK

Meningkatnya angka literasi keuangan yang dibarengi dengan pertumbuhan teknologi yang semakin pesat dan semakin canggih, yang membuat pola perilaku konsumen ikut mengalami perubahan, dari yang semula bertransaksi secara tunai menjadi transaksi non tunai. Hal terjadi karena semakin banyaknya *produk financial technology mobile payment* yang semakin memudahkan konsumen untuk bertransaksi.

E wallet adalah salah satu dari sekian banyak jenis *fintech* dan berdasarkan data, jumlah pengguna GOPAY merupakan salah satu produk *e wallet* dengan pengguna terbanyak pada Tahun 2023, didukung dengan survei pada tahun 2023 yang dilakukan di kota kota besar termasuk Kota Bandung bahwa pengguna dompet digital lebih memilih GOPAY sebagai alat pembayaran non tunai.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan perilaku konsumen terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memilih GOPAY sebagai alat pembayaran non tunai di Kota Bandung.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif yang menggunakan model hipotesis logistik ordinal dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah survei terhadap sampel pengguna gopay di Kota Bandung. Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi 29. Dengan hasil terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumen gopay terhadap keputusan masyarakat kota Bandung dalam memilih aplikasi gopay. Selain itu untuk pengaruh parsial literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Bandung dalam memilih aplikasi gopay, sementara perilaku konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat kota Bandung dalam memilih aplikasi GOPAY sebagai alat pembayarannya.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan implikasi penting bagi penyedia layanan *fintech* dan instansi keuangan dalam mengedukasi tentang hal hal yang dapat meningkatkan literasi keuangan dan mendorong masyarakat agar bijak dalam bertransaksi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi penting dalam pemahaman lebih lanjut tentang perilaku konsumen dimana transaksi non tunai sudah tidak menjadi hal yang tabu di era digital ini.

Kata Kunci : finansial, literasi, konsumen, teknologi