



Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Nesya Novita Sari¹, Erika Takidah², Ati Sumiati³

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta^{1,2,3}

*Email Korespodensi: nesyanovita15@gmail.com

Diterima: 02-07-2025 | Disetujui: 06-07-2025 | Diterbitkan: 09-07-2025

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of financial literacy, digital payment, and self-control on consumer behavior. Data collection was conducted at Universitas Negeri Jakarta among undergraduate students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. This research is a quantitative study using the proportional random sampling technique. The total number of respondents in this study is 246 respondents. The research instrument used a questionnaire. The data analysis techniques employed multiple linear regression tests, T-tests, F-tests, and coefficient of determination tests. The results obtained in the study indicate that financial literacy has a negative and significant effect on consumer behavior, digital payment has a positive and significant effect on consumer behavior, self-control has a negative and significant effect on consumer behavior, and that financial literacy, digital payment, and self-control simultaneously have a significant effect on consumer behavior. The implications of this research highlight the importance of enhancing students' understanding of investments, the ease of using digital payment systems, and strengthening cognitive control to support financial decision-making. As these three aspects improve, students are expected to manage their finances more responsibly and reduce their tendency towards consumerist behavior.

Keywords: *financial literacy, digital payment, self-control*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Pengumpulan data dilakukan di Universitas Negeri Jakarta pada mahasiswa tingkat sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *proportional random sampling*. Total responden dalam penelitian ini adalah 246 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuisioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil yang didapat dalam penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, self control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, serta literasi keuangan, digital payment, dan self control secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan pemahaman mahasiswa terhadap investasi, kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital, serta penguatan kontrol kognitif guna mendukung pengambilan keputusan keuangan. Seiring dengan meningkatnya ketiga aspek tersebut, mahasiswa diharapkan

mampu mengelola keuangan secara lebih bertanggung jawab dan mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif.

Kata Kunci: literasi keuangan, digital payment, self control

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nesya Novita Sari, Erika Takidah, & Ati Sumiati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 653-671. <https://doi.org/10.63822/typj6d87>

PENDAHULUAN

Fenomena perilaku konsumtif semakin marak di kalangan masyarakat, seiring dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu maupun masyarakat secara keseluruhan pasti melakukan aktivitas konsumsi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), rata-rata pengeluaran konsumsi per kapita penduduk Indonesia pada Maret 2024 sebesar 1.500.556 rupiah per bulan, meningkat 3,35 persen dari 1.451.870 rupiah pada periode yang sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2024). Besarnya angka ini menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang sering kali dipengaruhi oleh dorongan emosional dan faktor eksternal seperti tren serta promosi. Perilaku konsumtif masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pengalaman berinternet dan belanja online, orientasi dan motivasi berbelanja, karakteristik pribadi, demografi, serta persepsi psikologis (Simarmata et al., 2024).

Jakarta sebagai kota metropolitan dan pusat ekonomi Indonesia sangat memengaruhi gaya hidup masyarakatnya untuk mengikuti tren konsumsi yang terus berkembang, sehingga perilaku konsumtif semakin meluas. Pada Maret 2024, Jakarta memiliki rata-rata pengeluaran per kapita yaitu antara 975.854 hingga 2.794.485 rupiah per bulan, yang mencerminkan tingginya tingkat konsumsi masyarakat di kota ini (Badan Pusat Statistik, 2024). Budaya konsumerisme yang kuat di Jakarta memengaruhi individu untuk membeli barang demi gaya hidup dan pengakuan sosial, bukan kebutuhan semata. Selain itu, tuntutan untuk selalu tampil mengikuti mode dan perkembangan teknologi semakin memperkuat kecenderungan adanya perilaku konsumtif. Fenomena konsumtif ini juga umum terjadi di masyarakat perkotaan, termasuk di kalangan mahasiswa (Anjani et al., 2025). Mereka dihadapkan pada beragam fasilitas yang memenuhi berbagai kebutuhan, mulai dari tempat hangout, pusat perbelanjaan, *coffee shop*, hingga ruang nyaman untuk mengerjakan tugas di luar kampus. Perilaku konsumtif kini juga menjadi perhatian serius di kalangan mahasiswa, termasuk mereka yang menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB). Meskipun mahasiswa FEB memiliki pemahaman keuangan yang baik, hal tersebut belum cukup untuk mencegah mereka dari perilaku konsumtif (Sari et al., 2024). Desakan untuk terus mengikuti mode dan inovasi teknologi, baik dalam lingkup akademik maupun sosial, membuat mahasiswa FEB rentan terhadap pengaruh tren konsumsi. Gaya hidup yang tinggi tanpa skala prioritas kebutuhan sering kali mendorong mereka untuk memenuhi keinginan secara impulsif.

Putri dan Santoso (2021) mengungkapkan bahwa salah satu penyebab munculnya perilaku konsumtif adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Ketidaktahuan dalam mengelola keuangan pribadi mendorong individu untuk melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan secara rasional aspek kebutuhan dan kemampuan finansial. Situasi ini semakin diperburuk dengan melimpahnya pilihan produk dan layanan di pasar yang menggoda konsumen untuk memenuhi keinginan dibandingkan kebutuhan. Akibatnya, banyak orang mengabaikan prinsip dasar pengelolaan keuangan seperti perencanaan anggaran dan kontrol pengeluaran, yang dapat menimbulkan masalah finansial dalam jangka panjang. Hasil penelitian Hwihanus (2023) juga mendukung temuan ini, di mana mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi menunjukkan perilaku keuangan yang lebih rasional, cermat dalam menyusun prioritas kebutuhan, serta tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau diskon. Sebaliknya, mereka yang literasi keuangannya rendah lebih mudah tergoda untuk berbelanja impulsif. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan sangat penting agar individu dapat mengambil keputusan keuangan secara lebih cerdas dan

bertanggung jawab.

Pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari sehingga menjadi *life skill* yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan dalam jangka panjang (Sugiharti & Maula, 2021). Pengetahuan tentang prinsip-prinsip dasar keuangan, teknik penanganan uang yang cerdas, dan kemampuan untuk membuat pilihan keuangan yang bijaksana merupakan beberapa hal yang mencakup literasi keuangan. Hal tersebut menjadi selaras dengan penelitian oleh Yuliana et al. (2024), Siskawati & Ningtyas (2022), dan Oktaviani et al. (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Sari et al. (2025), Alwi & Arrafi (2024), Nainggolan (2022) yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Rendahnya literasi keuangan akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen (Ramadhan Fahmi Putra, 2022).

Faktor lain yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif yaitu *digital payment* atau pembayaran digital. *Digital payment* merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non-tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. Sebagian orang mengenal *digital payment* sebagai dompet digital atau uang ponsel yang bisa digunakan membayar berbagai transaksi yang telah tersedia. Rahayu (2023) menyatakan bahwa *digital payment* dapat membuat seseorang lebih mudah tergoda untuk membeli barang-barang yang tidak direncanakan, karena uang tidak perlu diambil secara fisik. Selain itu, metode pembayaran *digital* dianggap lebih mudah dan memberikan keuntungan apabila penyedia jasa memberikan potongan harga atau diskon pada pembayaran tertentu (Primadineska, 2021).

Pesatnya penggunaan internet, khususnya di kalangan generasi muda, turut mendorong peningkatan pemanfaatan pembayaran *digital* dalam aktivitas sehari-hari. Berbagai aplikasi seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, LinkAja, dan mobile banking kini menjadi sarana utama dalam melakukan berbagai transaksi, mulai dari berbelanja, membeli makanan hingga membayar layanan transportasi online. Dengan kemudahan akses serta berbagai penawaran menarik yang diberikan oleh aplikasi-aplikasi ini, konsumen, terutama generasi muda, sering kali terjebak dalam pembelian impulsif yang memperburuk perilaku konsumtif mereka. Hal tersebut menjadi selaras dengan penelitian oleh Inaya & Fahrika (2025), Alwi & Arrafi (2024), Mursalim et al. (2024), dan Anatasya et al. (2024) menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Namun, ini bertentangan dengan hasil penelitian Alfarid et al. (2023) yang mengungkapkan bahwa secara parsial, uang saku berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin sering seseorang menggunakan dompet *digital*, belum tentu akan meningkatkan jumlah atau frekuensi pembelian.

Perilaku konsumtif juga memiliki dampak pada pengendalian diri seseorang atau *self control*. Menurut Ernawati & Ahzani (2023) *self control* merupakan pengaturan proses fisik, psikologis, dan perilaku individu, yang secara keseluruhan membentuk dirinya sendiri. Dalam budaya konsumsi masa kini, kualitas pengendalian diri yang kuat memiliki kaitan erat dengan kemampuan membatasi konsumsi yang berlebihan. Sayangnya, peningkatan interaksi sosial di lingkungan kampus, yang dapat memicu perubahan perilaku dan mendorong gaya hidup lebih dinamis, berisiko melemahkan kontrol diri mahasiswa, sehingga berpotensi mendorong mereka pada perilaku konsumtif.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puteri et al. (2022), Lorenza & Lestari (2023), dan Nurhaini (2018) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin & Abidin (2024), Nainggolan (2022), dan Anatasya et al. (2024) yang mengungkapkan bahwa secara parsial kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, diketahui bahwa temuan penelitian tersebut tidak konsisten karena menunjukkan hasil yang tidak sama antara satu penelitian dengan penelitian lain yang pernah dilaksanakan di masa lalu. Selain itu, fokus pada mahasiswa sebagai target sampel diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai kondisi terkini terkait perilaku konsumtif di kalangan generasi muda, khususnya di lingkungan akademik. Oleh karena itu, diperlukan pengkajian ulang untuk memperbarui dan melengkapi riset yang telah ada sebelumnya.

Berlandaskan pada penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta”.

KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumtif

Menurut Rahima & Cahyadi (2023) perilaku konsumtif adalah perilaku di mana seseorang memiliki keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan tanpa didasari pertimbangan yang rasional hanya semata-mata untuk memperoleh kebahagiaan atau kepuasan tersendiri. Sedangkan menurut Aeni et al. (2024) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk mengeluarkan sumber daya secara berlebihan dengan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, demi memperoleh kepuasan pribadi tanpa memperhatikan batasan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi atau mengeluarkan sumber daya secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, dengan tujuan memperoleh kepuasan atau kebahagiaan pribadi. Sehingga, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*).

Literasi Keuangan

Literasi keuangan memegang peranan krusial dalam tata kelola finansial, termasuk pengelolaan keuangan personal. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai serangkaian proses atau tindakan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman (*knowledge*), keahlian (*skill*), dan keyakinan diri (*confidence*) individu agar mampu mengelola keuangan pribadi secara lebih efektif (Afandy & Niangsih, 2020). Oleh karena itu literasi keuangan merupakan kapasitas individu untuk memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan secara bertanggung jawab. Kemampuan ini meliputi pemahaman tentang sumber-sumber keuangan, metode alokasi yang bijaksana, serta strategi untuk mencapai stabilitas finansial di masa depan.

Digital Payment

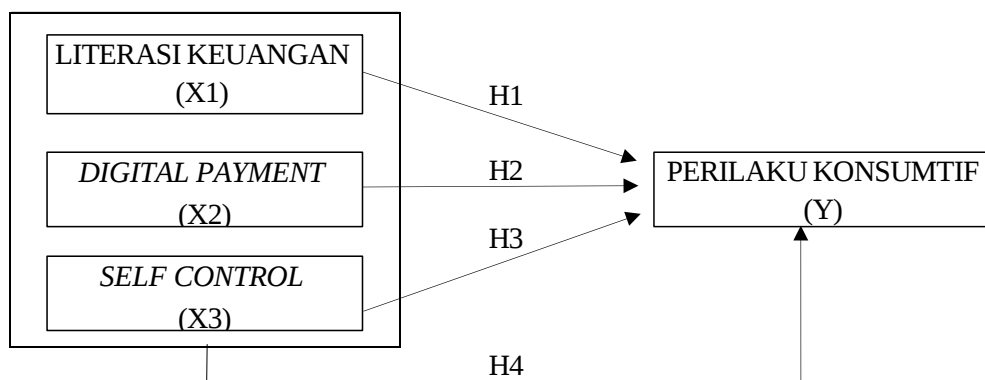
Digital payment merupakan metode pembayaran yang menggunakan teknologi digital, di mana

proses transaksi dilakukan secara elektronik tanpa memerlukan uang tunai fisik. Menurut Jumawan et al. (2024), digital payment merupakan proses pemindahan dana secara digital dari satu rekening ke rekening lain melalui jaringan elektronik, yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengakses, mengelola, dan memantau rekening serta transaksi mereka kapan saja dan di mana saja.

Self Control

Menurut Fajar et al. (2013) kontrol diri adalah pengelolaan serangkaian proses fisik, psikologis, dan perilaku seseorang yang membentuk dan mengatur dirinya sendiri. Sementara itu Dwi Marsela & Supriatna (2019) menyatakan bahwa pengendalian diri merupakan elemen penting dalam pengelolaan pribadi yang membantu individu mengarahkan energi mereka serta memberikan kemampuan untuk mengendalikan jalannya kehidupan secara mandiri. Kemampuan kontrol diri ini sangat krusial dalam membimbing perjalanan karier seseorang, karena melalui kontrol diri, individu dapat membuat keputusan yang tepat dalam menghadapi berbagai tantangan hidup.

KERANGKA PENELITIAN



Hipotesis

H1: terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

H2: terdapat pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

H3: terdapat pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif.

H4: Terdapat pengaruh literasi keuangan, *digital payment* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu kurang lebih satu bulan, dimulai pada bulan Juni 2025 sampai dengan Juli 2025. Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021 sebanyak 678 mahasiswa karena dianggap mewakili generasi yang aktif menggunakan teknologi digital dan layanan keuangan modern.

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *probability sampling* dengan teknik *proportionate random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dengan proporsi yang sama. jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak **246** mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penelitian ini diajukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2021 dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Responden dalam penelitian berjumlah 246 orang. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan mendistribusikan kuesioner melalui pesan singkat seperti WhatsApp dan Instagram dengan mengirimkan *link* kuesioner yang dibuat pada *Google Form*. Setelah jumlah sampel responden memenuhi syarat sudah terkumpul, peneliti mulai mengolah data dengan menggunakan Microsoft Excel dalam mendeskripsikan data responden.

Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		246
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,52748241
Most Extreme Differences	Absolute	,041
	Positive	,041
	Negative	-,022
Test Statistic		,043
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil *output* SPSS terhadap uji normalitas, dapat dilihat pada tabel *Asymp. Sig. (2-tailed)* bernilai $0,200 > 0,05$ yang berarti data berdistribusi secara normal.

Uji Linearitas

Tabel 2 Hasil Uji Linearitas Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku	Between (Combined)	28670,279	37	774,872	38,622	,000
Konsumtif	Groups	27844,586	1	27844,586	1387,863	,000
* Literasi	Linearity					
Keuangan	Deviation	825,693	36	22,936	1,143	,277
	from Linearity					
	Within Groups	4201,911	4173,087	208	20,063	
	Total	32076,081	32843,366	245		

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil *ouput* SPSS, diketahui nilai *sig. deviation from linearity* pada literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,277 yang menyatakan bahwa adanya hubungan linear karena $0,277 > 0,05$.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku	Between (Combined)	30006,533	39	769,398	55,871	,000
Konsumtif	Groups	29304,722	1	29304,722	2127,997	,000
* Digital	Linearity					
Payment	Deviation	701,811	38	18,469	1,341	,102
	from Linearity					
	Within Groups	4201,911	2836,833	206	13,771	
	Total	32076,081	32843,366	245		

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil *ouput* SPSS, diketahui nilai *sig. deviation from linearity* pada *digital payment* (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,102 yang menyatakan bahwa adanya hubungan linear karena $0,102 > 0,05$.

Tabel 4 Hasil Uji Linearitas Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku	Between	(Combined)	27443,473	40	686,087	26,046	,000
Konsumtif	Groups	Linearity	26567,131	1	26567,131	1008,587	,000
* Self		Deviation	876,341	39	22,470	,853	,717
Control		from Linearity					
Within Groups			4201,911	5399,893	205	26,341	
Total			32076,081	32843,366	245		

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil *ouput* SPSS, diketahui *nilai sig. deviation from linearity self control* (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,717 yang menyatakan bahwa adanya hubungan linear karena 0,717 > 0,05.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil uji dari regresi linear berganda:

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	45,922	7,453		6,161
	Literasi	-,690	,111	-,467	-6,189
	Keuangan				
	Digital	1,155	,095	,862	12,185
	Payment				
	Self Control	-,551	,125	-,374	-4,398

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Dari hasil uji regresi linear berganda di atas, diperoleh persamaan regresi berikut:

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y' = 45,922 - 0,690X_1 + 1,155X_2 - 0,551X_3 + e$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut, dapat diuraikan hal-hal berikut ini :

- Nilai konstanta $\alpha = 45,922$ menunjukkan bahwa jika seluruh variabel bebas bernilai nol (0) atau tidak mengalami kenaikan ataupun penurunan, maka hasil variabel perilaku konsumtif bernilai 45,922.
- Koefisien regresi variabel literasi keuangan (X_1) bernilai negatif mengidentifikasi bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel literasi keuangan akan menurunkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,690.
- Koefisien regresi variabel *digital payment* (X_2) bernilai positif mengidentifikasi bahwa setiap satu satuan variabel *digital payment* akan meningkatkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 1,155.
- Koefisien regresi variabel *self control* (X_3) bernilai negatif mengidentifikasi bahwa setiap satu satuan variabel *self control* akan menurunkan perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,551.

Uji Hipotesis

Uji T (Uji Parsial)

Uji T atau Uji Koefisien Regresi Parsial merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam tabel koefisien, hasil uji t terdapat di kolom sig. Jika nilai thitung > ttabel dengan signifikansi 0.05, maka ada pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai thitung < ttabel dengan signifikansi 0.05, maka tidak terdapat pengaruh parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai ttabel didapatkan dengan melihat taraf signifikansi sebesar 0,05, kemudian ketentuan $df = n - k - 1$, dengan n = jumlah responden dan k = variabel independen maka $df = 246 - 3 - 1 = 242$, sehingga di dapatkan ttabel sebesar 1,970. Berikut adalah *output* hasil dari Uji T:

Tabel 6 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	45,922	7,453		6,161
	Literasi Keuangan	-,690	,111	-,467	-6,189
	Digital Payment	1,155	,095	,862	12,185
	Self Control	-,551	,125	-,374	-4,398

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

1) Pengaruh literasi keuangan (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y).

Nilai thitung literasi keuangan sebesar $-6,189 < -t_{\text{tabel}}$ senilai $-1,970$ yang berarti literasi keuangan berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif, kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2) *Pengaruh digital payment (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).*

Nilai thitung sebesar $12,185 > t_{\text{tabel}}$ senilai $1,970$ yang berarti *digital payment* berbanding lurus terhadap perilaku konsumtif, kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3) *Pengaruh self control (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y).*

Nilai thitung *self control* sebesar $-4,938 < -t_{\text{tabel}}$ senilai $-1,970$ yang berarti *self control* berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif, kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya *self control* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah metode pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah variabel X1, X2, dan X3 secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Adanya pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y ditandai dengan nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Nilai F_{tabel} didapatkan dengan melihat taraf signifikansi $0,05$, kemudian ketentuan df 1 (jumlah variabel independen) = 3, dan df 2 ($n-k-1$) atau $246-3-1=242$, yang mana n adalah jumlah data responden, k adalah jumlah variabel independen, sehingga di dapatkan tabel sebesar 2,64. Berikut adalah hasil *output* dari uji F :

Tabel 7 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	29794,798	3	9931,599	788,386	,000 ^b
Residual	3048,567	242	12,597		
Total	32843,366	245			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Self Control, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan *output* SPSS uji F, terlihat hasil F_{hitung} sebesar $788,386 > F_{\text{tabel}}$ sebesar 2,64 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Berikut adalah hasil *output* dari uji koefisien determinasi.

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,952 ^a	,907	,906	3,549

a. Predictors: (Constant), Self Control, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan *output* uji koefisien determinasi, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,905. Hal ini memberikan arti bahwa literasi keuangan (X1), *digital payment* (X2), dan *self control* (X3) memiliki kontribusi atau pengaruh simultan sebesar 90,7%.

Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien sebesar $-6,189 < -t_{\text{tabel}}$ senilai $-1,970$ yang berarti literasi keuangan berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif kemudian hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama diterima, yaitu literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Alwi & Arrafi (2024), Putra & Sinarwati (2023), dan Yoga & Irwansyah (2024) yang menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih bijak, yang pada akhirnya dapat membantu individu menghindari perilaku konsumtif yang berisiko terhadap kondisi keuangan jangka panjang.

Pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai *t* hitung sebesar $12,185 > t_{\text{tabel}}$ senilai $1,970$ yang berarti penggunaan *digital payment* berbanding lurus terhadap perilaku konsumtif, yang *digital payment* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Variabel *digital payment* diukur dengan menggunakan indikator kemudahan yang dirasakan, manfaat yang dirasakan, dan kredibilitas yang dirasakan.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis dua diterima, yaitu *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi penggunaan *digital payment*, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan indikator *digital payment* yang mencakup: 1) *perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan), 2) *perceived ease of use* (kemudahan yang dirasakan), dan 3) *perceived credibility* (persepsi kredibilitas).

Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Inaya & Fahrika (2025), Kurniawan (2025), dan Karthika et al. (2024) yang menyatakan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi melalui pembayaran digital dapat memicu perilaku konsumtif, terutama jika tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

Pengaruh self control terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh $-4,938 < -t_{\text{tabel}}$ senilai $-1,970$ yang berarti *self control* berbanding terbalik terhadap perilaku konsumtif dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti *self control* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan menandakan semakin tinggi kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tiga diterima, yaitu *self control* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi kontrol diri seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan tiga indikator untuk mengukur *self control*, yaitu 1) kontrol perilaku, 2) kontrol kognitif, dan 3) kontrol keputusan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Anatasya et al. (2024), Fattah et al. (2022), dan Putra & Sinarwati (2023). Individu dengan *self control* yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan kebutuhan secara rasional sebelum melakukan pengeluaran, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan self control terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh hasil yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan hasil uji F yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel bebas dengan variabel terikat karena $f_{\text{hitung}} (788,386) > f_{\text{tabel}} (2,64)$ dan signifikansi sebesar $(0,000) < (0,05)$.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simarmata et al. (2024) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, dan *Self Control* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi”, yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel secara simultan Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, dan *Self Control* berpengaruh secara bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi sebesar 35,4% dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan *Self Control* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta” adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka kecenderungan untuk bersikap konsumtif akan semakin rendah.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut memberikan pengertian bahwa semakin sering individu menggunakan metode pembayaran

- digital, maka semakin besar pula kecenderungan untuk melakukan pembelian secara konsumtif.
3. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri yang dimiliki seseorang, maka semakin rendah kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.
 4. Terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan secara bersama-sama variabel literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini hanya digunakan tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan, *digital payment*, dan *self control*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti gaya hidup, teman sebaya, motivasi belanja, media sosial, atau *financial planning*. Penambahan variabel ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif mahasiswa.
2. Penelitian ini hanya dilakukan pada satu universitas dengan jumlah responden yang terbatas. Oleh karena itu, disarankan untuk memperluas objek penelitian ke mahasiswa dari berbagai jurusan dan fakultas, tidak hanya terbatas pada program studi akuntansi. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat dilakukan di beberapa perguruan tinggi lain, baik negeri maupun swasta, yang berada di wilayah Jabodetabek atau daerah lain, sehingga hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasi secara lebih luas.
3. Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini menggunakan angket tertutup berbasis *Google Form*. Penelitian lanjutan diharapkan dapat menggunakan pendekatan campuran, seperti wawancara atau *Forum Group Discussion* (FGD), agar dapat menggali informasi yang lebih mendalam terkait sikap dan pola konsumsi mahasiswa. Selain itu, perbaikan dalam redaksi dan kejelasan pernyataan dalam kuesioner juga perlu diperhatikan untuk menghindari kesalahpahaman dalam pengisian jawaban oleh responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamovic, M. (2023). Unlocking the Cultural Mosaic: A Comparison of Hofstede and Modern Cultural Value Frameworks. *Maheshkar, C. & Sharma, V. (Eds.): Cross- Cultural Business and Management: Perspectives and Practices, June*, 181–212. <https://www.researchgate.net/publication/371577443>
- Adelia, M., Arsyadona, Tafana, A., Marwah, S., & Andika, B. (2024). *Menimbang Efektivitas Asuransi Sebagai Instrumen Perlindungan Finansial “Apakah Risiko Dan Manfaat Seimbang?”* Mairani Adelia. 1(4), 394–405.
- Aeni, I. N., Fitri, L. E., & Roihan, M. (2024). *Pengaruh E-Payment , Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 8(2), 147–162.

- Afandy, C., & Niangsih, F. F. (2020). Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Di Provinsi Bengkulu. *The Manager Review*, 2(2), 68–98. <https://doi.org/10.33369/tmr.v2i2.16329>
- Agustin, I. D., & Abidin, F. I. N. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akbar, D., Shella Rizqi Amelia, & Aning Fitriana. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Perwira Purbalingga. *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, 8(2), 95–105. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i2.p95-105.30850>
- Alfarid, E., Rahman, M. A., & Abdullah, W. (2023). *Hedonis Remaja Terhadap Proses Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai*. 4(3), 19–31.
- Alwi, I. A., & Arrafi, M. faiz. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Santri (Studi Kasus. 3*, 234–284.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2017). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Anatasya, P. S., Putri, A. R., Kholifah, S., Oktavia, D. T., Febriani, D. D., & Pratama, B. C. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Self-control on Student Consumptive Behavior. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(9), 135–145. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i91482>
- Anjani, R. P., Marsofiyati, & Utari, E. D. (2025). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Atlet Mahasiswa. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(1), 01–05.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia Maret 2024. In *Badan Pusat Statistik* (Vol. 16, Issue 1). Badan Pusat Statistik. <https://doi.org/10.25104/mtm.v16i1.840>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Dwi Marsela, R., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69. http://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling
- Ekuitas, S., Boki, E., & Simanjuntak, P. (2025). *Determinan Perilaku Penggunaan Mobile Payment : Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Reasoned Action*. 6(3), 225–233. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6857>
- Kelas VIII SMP. *G-COUNS: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 7(2), 349-357.
- Fajar, G., Supriyo, F., Mugiarto, H., Bimbingan, J., & Konseling, D. (2013). *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application Meningkatkan Pengendalian Diri Penerima Manfaat Melalui Bimbingan Kelompok Di Balai Rehabilitasi Mandiri*. 2(1), 37–42. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/ijgs>

- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1), 10–20. <https://jurnal.uns.ac.id/bise>
- Firdaus, A. B., & Pusposari, L. F. (2022). The Influence of Economic Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students. *J-PIPS (Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial)*, 8(2), 172–182. <https://doi.org/10.18860/jpips.v8i2.15260>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, V. A., Tarsila, H., Hidayati, E., Saputri, R., & Parero, J. (2023). Persepsi Masyarakat Kota Batam Terhadap Transformasi Digital Payment. *Jurnal ITEBA*, 1(2), 12–18. <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jurnalsiteba/article/view/61>
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 73–89. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i1.349>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.)). CV. Pustaka Ilmu Editor:
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Endratno, H. (2023). The Influence of financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, and Peer Conformity on Student's Consumptive Behavior. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–14. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Husnia Anafila, F., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Islam Raden rahmat Malang. *Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi*, 2(1), 20–27. <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.894>
- Inaya, N., & Fahrika, A. I. (2025). *Pengaruh Actualize Digital Payment System dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Perspektif Monzer Kahf*. 7(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2250>
- Karthika, N. S., Chaidir, T., Ayu, I., & Suprpti, P. (2024). *The Influence Of E-Wallet Use on Consumptive Behavior of Mataram City Communities Moderate by Self- Control*. 3(01), 65–76. <https://doi.org/10.58812/esmb.v3i01>
- Kasmir. (2022). *Pengantar Metodologi Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kurniawan, Z. (2025). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Merangin Melalui E Commerce Sebagai Variabel Intervening*. 4(4), 1061–1078.
- Lindananty, L., & Angelina, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Saham. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1), 27–39. <https://doi.org/10.36805/akuntansi.v6i1.1298>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>

- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Mubarokah, S., & Rita, M. R. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 211–220. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.24139>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E- Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nurhaini, D. (2018). Pengaruh Konsep Diri dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(1), 92–100. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i1.4532>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2024.aspx>
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i1.11035>
- Primadineska, R. W. (2021). Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital terhadap Perilaku Beralih di Era Pandemi COVID-19. *Telaah Bisnis*, 21(2), 89. <https://doi.org/10.35917/tb.v21i2.215>
- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(6), 118–129. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361>
- Rahayu, K., Mulyadi, D., & Karawang, B. P. (2023). Pengaruh Digital Payment. *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, 290(3), 290–298. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8066301>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2023). Pengaruh Fitur Paylater, Spinjam dan Affiliate terhadap Minat Konsumen dalam Berbelanja pada Aplikasi Shopee : Studi Kasus Pengguna Shopee pada Mahasiswa FEBI UIN SATU Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 173–191. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.160>
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Rahmayanti, N. P. (2023). Pengaruh Marketplace dan Pembayaran Digital Terhadap Tingkat Penjualan UMKM Di Kota Banjarmasin. *Al-KALAM : JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN*, 10(1), 28. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.v10i1.9095>

- Ramadhan Fahmi Putra, H. (2022). Peran Literasi Keuangan Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Dharma Pendidikan*, 17(1), 21–39. <https://doi.org/10.69866/dp.v17i1.189>
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Sakti, W. (2023). *Pengaruh Penggunaan Digital Payment Di*.
- Sari, R. A., Aepu, S. H. N., & Anjarsari, H. (2024). *Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tadulako*. 1(1), 20–33.
- Setiawan, C. K., Yanthy, S., Mahasiswa, Y., Dosen, D., & Unsurya, M. (2020). THE BODY SHOP INDONESIA (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9.
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*. <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475.
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In Ayup (Ed.), *Dasar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Literasi Media Publishing.
- Soetiono, K. S., & Setiawan, C. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Alfabeta.
- Sumarno, Gimin, Noviana, E., Dafik, Ridlo, Z. R., & Mursyidah, I. L. (2024). The analysis of the RBL-STEM application in improving student financial literacy in controlling consumptive behavior. *Heliyon*, 10(12), e32382. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32382>
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Sumarwan, S., & Ujang, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*(Bogor). Ghalia Indonesia.
- Suryanto, S., & Rasmini, M. (2018). Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1336>
- Tohar, G., & Akron, S. (2025). Financial Literacy Cognitions and Optimal Financial Behavior. *Finance Research Letters*, 107455. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107455>

- Umboh, F. F. (2021). Pengaruh Online Shop Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Desa Kaneyan Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 83–94. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi.*, 1(4), 26–36.
- Wati, A. S., Mulyani, I. D., & Ernitawati, Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Wening, P. M., & Nurkin, A. (2022). Business and Accounting Education Journal. *Business And Accounting Education Journal*, 3(3), 330–346. <https://doi.org/10.15294/baej.v3i3.53192>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yoga, A. A. G. P. P. D., & Irwansyah, M. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pergaulan Teman Sebaya, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMAS Laboratorium Undiksha Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 288–295. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.68801>
- Yulia, P., & Budiani, M. S. (2019). Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMA Trimurti Surabaya. *Character*, 3, 1–4.
- Yuliana, V., Rahadjeng, E. R., & Lestari, N. P. (2024). The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on Consumptive Behavior in The Lowokwaru Sub-District Community. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 4(2), 140–149. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i2.33639>
- Zulfah. (2021). Karakter: Pengembangan Diri. *IQRA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 28–33.