



Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta

Syifa Maulidatinisa¹, Sri Zulaihati², Dwi Kismayanti Respati³

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

*Email Korespondensi: syifamaulidatinisa16@gmail.com

Diterima: 02-07-2025 | Disetujui: 12-07-2025 | Diterbitkan: 14-07-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy, self-control, and the use of ShopeePay-based fintech on the consumer behavior of undergraduate students at the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University. The population in this study were undergraduate students of the Faculty of Economics and Business, Jakarta State University. The sample size was 250 people. The results of the study showed that financial literacy has a significant positive effect on consumer behavior. This means that students with better financial literacy tend to be more confident in making consumer decisions, resulting in increased but more planned consumer behavior. Self-control has a significant positive effect on consumer behavior. This means that students who feel able to control themselves still consume, but with a more controlled pattern and not solely impulsively. The use of ShopeePay-based fintech has a significant positive effect on consumer behavior. This means that the ease of transactions, cashback promotions, and payment speed also encourage increased consumption among students. Simultaneously, the three variables of financial literacy, self-control, and fintech use have a significant positive effect on consumer behavior. This means that good financial understanding, self-control skills, and easy access to digital transactions can influence students' tendencies to consume.

Keywords: *financial literacy, self-control, ShopeePay-based fintech, student consumer behavior*

ABSTRAK

Penelitian ini untuk melihat pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan fintech berbasis shopeepay terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. pada penelitiaan ini sampel sebanyak 250 orang. Hasil penelitian didapatkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya Mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam pengambilan keputusan konsumsi, sehingga perilaku konsumtif meningkat namun lebih terencana. Pengendalian diri berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, mahasiswa yang merasa mampu mengendalikan diri tetap melakukan konsumsi, namun dengan pola yang lebih terkendali dan bukan semata-mata impulsif. Penggunaan fintech berbasis ShopeePay berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya fitur kemudahan transaksi, promo cashback, dan kecepatan pembayaran turut mendorong peningkatan konsumsi di kalangan mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel pada literasi keuangan,



pengendalian diri, penggunaan fintech berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya pemahaman keuangan yang baik, kemampuan mengendalikan diri, dan kemudahan akses transaksi digital mampu memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam melakukan konsumsi.

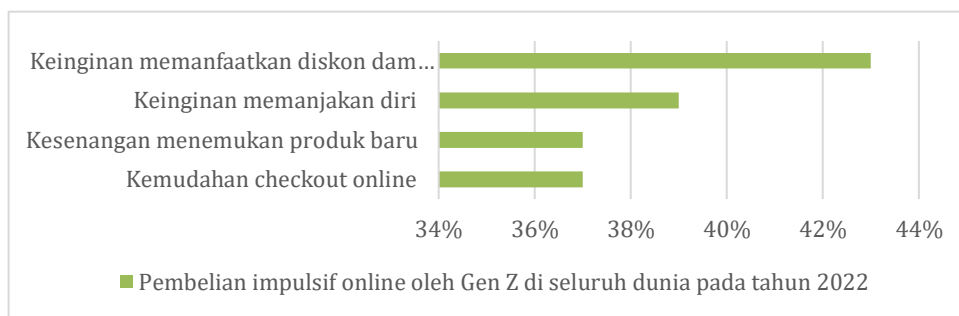
Katakunci: literasi keuangan, pengendalian diri, fintech berbasis shopeepay, perilaku konsumtif mahasiswa

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Syifa Maulidatinisa, Sri Zulaihati, Dwi Kismayanti Respati. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePAY Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus Angkatan 2021). Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 1(3), 776-792. <https://doi.org/10.63822/avvk9583>

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini membawa berbagai permasalahan ekonomi yang semakin kompleks, mendorong masyarakat untuk mencari solusi kreatif dalam memenuhi kebutuhan hidup. Berbagai jenis produk dan jasa terus berkembang pesat, sehingga berdampak luas pada seluruh lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa di Indonesia. Mahasiswa menjadi konsumen yang cenderung melakukan pembelian secara spontan tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara matang. Selain itu berdasarkan penelitian Aprinhasari dan Widiyanto (2020), pasar yang sebelumnya hanya dapat diakses secara langsung (*offline*) kini telah beralih ke platform digital (*online*), sehingga memungkinkan transaksi jual beli dapat dilakukan secara mudah dan praktis melalui gawai seperti *smartphone* atau *gadget*. Hal ini memudahkan akses, namun juga menuntut kesadaran pengelolaan keuangan yang lebih bijak.



Gambar 11 Pembelian Impulsif Gen Z

Sumber: (Statista, 2022)

Perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z semakin nyata terlihat dengan meningkatnya pembelian impulsif secara daring. Berdasarkan data dari *Statista Research Department* yang dirilis pada 24 Maret 2025, sebanyak 43% Generasi Z melakukan pembelian tidak terencana karena ingin memanfaatkan diskon dan promosi. Selain itu, 39% di antaranya membeli barang sebagai bentuk hadiah atau *reward* bagi dirinya sendiri. Alasan lain yang cukup dominan adalah kesenangan menemukan produk baru dan kemudahan proses *checkout* daring yang masing-masing disebutkan oleh 37% responden. Temuan tersebut menunjukkan bahwa faktor emosional dan kemudahan akses terhadap teknologi menjadi pemicu utama perilaku konsumen di era digital, khususnya di kalangan anak muda. Data tersebut memperkuat bahwa strategi pemasaran digital seperti diskon, kemudahan bertransaksi, dan penawaran menarik memiliki peran besar dalam mendorong perilaku konsumtif Generasi Z.

Secara umum, mahasiswa merupakan kelompok muda yang berfokus pada pengembangan ilmu, keterampilan, dan keahlian. Menurut Ulum dan Solekah (2024), mahasiswa menghabiskan waktu dengan kegiatan positif untuk mempersiapkan masa depan, berusaha menjadi pribadi yang berguna, dan berpikir logis dengan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Selain itu, mereka tidak mudah terpengaruh oleh tren, baik di dalam maupun di luar kampus. Faktanya, banyak mahasiswa saat ini yang lebih memilih menggunakan uang saku untuk membeli produk bermerek demi mengikuti tren, dibandingkan menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan kuliahnya (Asisi dan Purwantoro, 2020). Perilaku tersebut merupakan perilaku konsumtif, yakni kebiasaan berbelanja secara berlebihan tanpa perencanaan. Menurut

Prihatini dan Irianto (2021), konsumsi seharusnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan, namun perilaku konsumtif didorong oleh keinginan atau tekanan psikologis, seperti stres, sehingga seseorang rela mengorbankan hal-hal penting demi barang atau jasa yang diinginkan.

Mahasiswa saat ini mudah terjebak dalam perilaku konsumtif yang berlebihan akibat pengaruh budaya digital dan kemudahan mengakses informasi. Mahasiswa cenderung mengeluarkan uang tanpa pertimbangan yang matang, terpengaruh oleh tren sosial serta kemudahan bertransaksi melalui aplikasi *e-commerce*. Perilaku konsumtif di kalangan remaja sangat dipengaruhi oleh diskon, promosi, dan tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Mahasiswa sering kali melakukan pembelian impulsif, didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan menyesuaikan diri dengan kelompok sebaya, tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya. Rendahnya literasi keuangan membuat mereka lebih rentan terhadap pengeluaran yang tidak perlu, yang dapat berakibat pada masalah keuangan jika tidak dikelola dengan bijak.

Namun, hal ini menimbulkan tantangan baru dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kurangnya pemahaman tentang literasi keuangan dapat membuat individu terjebak dalam pola pikir yang tidak terkendali. Oleh karena itu, meskipun globalisasi dan digitalisasi membawa kemudahan dalam berbelanja, penting bagi mahasiswa untuk tetap mengutamakan pengelolaan keuangan yang bijak guna menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif yang berlebihan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan penting yang harus dimiliki setiap individu untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik, terutama di tengah perkembangan ekonomi yang semakin dinamis. Berikut ini adalah hasil Survei Nasional Literasi dan Keuangan Tahun 2024:

Table 1 Survei Literasi keuangan

| Indeks | Hasil Survei | | |
|----------|--------------|-----------|-----------|
| | Umum | Laki-laki | Perempuan |
| Literasi | 65,43% | 64,14% | 66,75% |

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan (OJK), 2024)

Berdasarkan Tabel 1.1 yang berjudul “*Survei Literasi Keuangan*” tabel tersebut memuat data hasil riset Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2024 tentang tingkat pemahaman keuangan masyarakat Indonesia. Literasi keuangan dalam konteks ini mencakup pengetahuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan, memahami produk dan layanan keuangan, serta mengambil keputusan keuangan yang bijak. Hasil survei menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan secara keseluruhan mencapai 65,43%. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, persentase literasi keuangan laki-laki sebesar 64,14%, sedangkan perempuan lebih tinggi, yakni sebesar 66,75%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada tahun survei ini, perempuan cenderung memiliki pemahaman keuangan yang sedikit lebih baik dibandingkan laki-laki berdasarkan data statistik yang diperoleh.

Research gap dalam penelitian ini adalah variabel literasi keuangan dalam penelitian (Haq et al., 2023), menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan pada penelitian (Nur Faizah et al., 2023), menyatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Adapun *research gap* pada variabel pengendalian diri, terdapat pada penelitian (Lestari dan Haris, 2024) yang menyebutkan bahwa adanya

pengaruh positif yang signifikan antara pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif namun pada penelitian lainnya yaitu pada penelitian (Burhan et al., 2023) menunjukkan bahwa tinggi rendahnya pengendalian diri tidak berhubungan atau tidak berpengaruh terhadap berperilaku konsumtif. Karena adanya perbedaan pengaruh dari beberapa penelitian tersebut maka peneliti akan membuktikan apakah literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh secara positif atautkah berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif, dan juga dalam penelitian ini penulis menambahkan satu variabel bebas yaitu *fintech* berbasis *ShopeePay*.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta (UNJ), yang berlokasi di Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama satu bulan yang dimulai bulan Juni 2025.

Metode

Penelitian ini dirancang sebagai penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer, di mana data dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian melalui penyebaran kuesioner.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. pada penelitian ini sampel sebanyak 250 orang.

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode ini bertujuan untuk mengukur pengaruh secara simultan dari variabel literasi keuangan (X1), pengendalian diri (X2), financial technology (X3) dan perilaku konsumtif (Y). Selain itu, analisis regresi linier berganda juga membantu dalam menentukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda akan disajikan dengan rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Proses Keputusan Pembelian)

a = Bilangan Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi (Citra Merek)

b₂ = Koefisien Regresi (Harga)

- X_1 = Variabel Bebas (Citra Merek)
- X_2 = Variabel Bebas (Harga)
- e = Tingkat Kesalahan (Standar error)

HASIL PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, analisis ini digunakan untuk memberikan gambaran besarnya nilai variabel terikat sebelum dipengaruhi oleh kenaikan atau penurunan variabel bebas, serta untuk mengetahui arah hubungan antar variabel bebas apakah positif atau negatif. Berikut ini disajikan hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25:

| Model | Coefficients ^a | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 18.376 | 3.012 | | 6.102 | .000 |
| Literasi Keuangan | .220 | .057 | .248 | 3.844 | .000 |
| Pengendalian Diri | .355 | .062 | .273 | 5.751 | .000 |
| Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay | .375 | .066 | .371 | 5.681 | .000 |

a. *Dependent Variable:* Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 18,376 + 0,220X_1 + 0,355X_2 + 0,375X_3.$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien regresi 0,220 dan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka dalam melakukan perilaku konsumtif.

Selanjutnya, variabel pengendalian diri juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien regresi sebesar 0,355 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengendalian diri, maka perilaku konsumtif individu juga meningkat. Meskipun secara teori pengendalian diri yang baik semestinya menekan konsumsi berlebihan, temuan ini bisa mengindikasikan bahwa pengendalian diri yang rendah mendorong perilaku konsumtif, dan

sebaliknya, individu yang merasa mampu mengendalikan diri justru lebih aktif dalam pengambilan keputusan konsumsi yang disengaja.

Terakhir, penggunaan *fintech* berbasis *ShopeePay* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai koefisien 0,375 dan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan layanan *fintech* seperti *ShopeePay*, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif individu. Kemudahan transaksi, fitur diskon, *cashback*, dan kecepatan pembayaran yang ditawarkan oleh *ShopeePay* diduga menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Secara keseluruhan, ketiga variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi $< 0,05$ pada masing-masing variabel. Hal ini menguatkan bahwa model regresi yang dibangun mampu menjelaskan hubungan antara literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan *fintech* dengan perilaku konsumtif mahasiswa secara statistik.

Uji Parsial (T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, uji t bertujuan untuk menguji apakah literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan *fintech* berbasis *ShopeePay* secara individual berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (*Sig.*) pada kolom *Coefficients* hasil *output* SPSS, dengan ketentuan bahwa jika nilai *Sig.* $< 0,05$ maka variabel tersebut berpengaruh signifikan secara parsial.

**Tabel 3 Hasil Uji Parsial (T) Pada Variabel X Terhadap Y
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 18.376 | 3.012 | | 6.102 | .000 |
| Literasi Keuangan | .220 | .057 | .248 | 3.844 | .000 |
| Pengendalian Diri | .355 | .062 | .273 | 5.751 | .000 |
| Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay | .375 | .066 | .371 | 5.681 | .000 |

a. *Dependent Variable:* Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh bahwa:

Variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t sebesar 3,844, yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien regresi sebesar 0,220 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan literasi keuangan akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,220 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Variabel pengendalian diri memiliki nilai signifikansi 0,000 dan nilai t sebesar 5,751. Ini menunjukkan bahwa pengendalian diri juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien regresi sebesar 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengendalian diri, maka perilaku konsumtif individu juga cenderung meningkat. Hal ini dapat diinterpretasikan secara kritis sebagai bentuk rasionalisasi konsumsi berdasarkan kontrol personal atas keputusan keuangan.

Variabel penggunaan fintech berbasis ShopeePay memiliki nilai signifikansi 0,000 dan nilai t sebesar 5,681. Nilai koefisien regresi sebesar 0,375 menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa penggunaan fintech dapat mendorong peningkatan konsumsi akibat kemudahan akses dan fitur menarik yang ditawarkan platform digital. Dengan demikian, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif.

Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini, uji F bertujuan untuk mengetahui apakah literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan fintech berbasis ShopeePay secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi pada tabel ANOVA, di mana model dianggap signifikan jika nilai Sig. < 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (F) Pada Variabel X Terhadap Y
ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|-------------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | <i>Regression</i> | 7705.311 | 3 | 2568.437 | 94.197 | .000 ^b |
| | <i>Residual</i> | 6707.589 | 246 | 27.267 | | |
| | <i>Total</i> | 14412.900 | 249 | | | |

a. *Dependent Variable:* Perilaku Konsumtif

b. *Predictors:* (Constant), Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay, Pengendalian Diri, Literasi Keuangan

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F sebesar 94,197 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan untuk mengukur pengaruh bersama dari literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R Square berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan model regresi semakin baik dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Tabel 5 Uji Koefisien Determinasi

| <i>Model Summary^b</i> | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .731 ^a | .535 | .529 | 5.22175 |

a. *Predictors: (Constant)*, Penggunaan *Fintech* Berbasis *ShopeePay*, Pengendalian Diri, Literasi Keuangan

b. *Dependent Variable:* Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil olah data SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel *Model Summary*, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,535, yang berarti bahwa 53,5% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan *fintech* berbasis *ShopeePay*. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,529 menunjukkan kestabilan model meskipun mempertimbangkan jumlah variabel bebas. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki kekuatan penjelas yang cukup kuat terhadap perilaku konsumtif responden.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan koefisien regresi sebesar 0,220 dan nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Artinya, semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan teori *Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menjelaskan bahwa pengetahuan finansial memengaruhi persepsi kontrol individu terhadap keputusan keuangan, yang berdampak pada perilaku konsumsi.

Mahasiswa yang memahami konsep keuangan merasa lebih percaya diri dalam mengatur, merencanakan, dan mengambil keputusan konsumsi, termasuk mencoba berbagai produk baru yang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan mereka. Alasan lain yang mendukung penelitian ini adalah mahasiswa dengan literasi keuangan baik tidak selalu bersifat hemat, melainkan lebih terampil memanfaatkan dana untuk memenuhi keinginan konsumtif secara terencana. Penelitian ini didukung oleh studi sebelumnya yang menunjukkan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ariwangsa dan Jayanatha (2023), Alie et al. (2023), dan Tulie Fatim et al. (2024) menyimpulkan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi tetap berbelanja, tetapi lebih terencana dan terkontrol. Bado et al. (2022) menekankan peran locus of control dalam mengendalikan konsumsi. Pratama dan Oktapiani (2023) juga menemukan

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus Angkatan 2021)
 (Syifa Maulidatinisa. Et al)

pengaruh signifikan dengan indikator yang sebagian besar serupa dengan penelitian ini. Sebaliknya, Lumbantobing dan Siagian (2023) menemukan tidak ada pengaruh, kemungkinan karena indikator yang kurang aplikatif. Hasil tersebut menunjukkan pentingnya indikator praktis seperti pengelolaan keuangan dan kesiapan menghadapi godaan konsumtif.

Pengaruh Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengendalian diri juga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan koefisien regresi sebesar 0,355 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat pengendalian diri tinggi justru cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih besar. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa dalam konteks populasi mahasiswa, pengendalian diri tidak selalu identik dengan pengurangan konsumsi, tetapi lebih mengarah pada kemampuan dalam merencanakan dan mengelola konsumsi secara sadar dan sesuai preferensi pribadi. Dengan kata lain, mahasiswa merasa mampu mengatur waktu, cara, dan tujuan dari konsumsi yang dilakukan, sehingga meskipun terlihat konsumtif, perilaku tersebut tidak bersifat impulsif, melainkan merupakan hasil dari pertimbangan rasional dan kesadaran diri.

Penelitian ini sejalan dengan Lumbantobing dan Siagian (2023) serta Azizah et al. (2025) yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pengendalian diri tinggi tetap konsumtif karena merasa mampu mengelola keuangan secara rasional. Indikator yang digunakan mencakup kontrol impuls, evaluasi kebutuhan, dan manajemen keuangan. Abdullah et al. (2022) juga menemukan bahwa kontrol diri tinggi mendorong konsumsi yang moderat dan terencana. Temuan serupa dikemukakan oleh Aditya dan Savitri (2024) serta Tazkiyah dan Rahman (2023), yang menyatakan bahwa pengendalian diri tidak selalu menekan konsumsi, melainkan melegitimasi keputusan belanja yang dianggap wajar. Sebaliknya, Burhan et al. (2023) menemukan bahwa pengendalian diri tidak berpengaruh signifikan karena perilaku konsumtif siswa lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti promosi dan tren.

Pengaruh Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan fintech berbasis ShopeePay menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan koefisien regresi sebesar 0,375 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan ShopeePay, berbagai promo yang menarik, dan kecepatan transaksi memberikan kenyamanan bagi mahasiswa dalam melakukan pembelian, sehingga meningkatkan kecenderungan konsumtif. Hasil ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model (TAM)* (Davis, 1989), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan (*ease of use*) dan kegunaan (*usefulness*) teknologi berperan besar dalam mendorong perilaku pengguna. Fitur kemudahan transaksi, promo *cashback*, diskon, serta kecepatan pembayaran yang ditawarkan *ShopeePay* meningkatkan kenyamanan pengguna, sehingga mendorong perilaku konsumtif mahasiswa. Penggunaan fintech memberikan rasa praktis dan efisiensi, yang dapat memicu perilaku konsumsi lebih sering, terutama dalam belanja online atau pembayaran digital.

Penelitian Rummyati dan Ruski (2025), Faridatul Islami et al. (2023), serta Ariwangsa dan Jayanatha (2023) menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet seperti *ShopeePay* mendorong perilaku konsumtif

mahasiswa melalui kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan promosi. Indikator yang berperan mencakup usefulness, credibility, dan ease of use. Fitrianova (2023) dan Putri & Indriastuti (2025) juga menegaskan bahwa kemudahan, rasa aman, manfaat, dan pengaruh sosial memperkuat kecenderungan konsumtif. Sebaliknya, Azzahra et al. (2024) menemukan tidak ada perbedaan signifikan antara pengguna ShopeePay dan Gopay (sig. 0,108), yang mengindikasikan bahwa e-wallet tidak selalu mendorong konsumsi lebih tinggi. Perbedaan hasil ini mungkin dipengaruhi oleh preferensi lokal atau persepsi mahasiswa terhadap layanan yang serupa antar platform.

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Penggunaan Fintech terhadap Perilaku Konsumtif Secara Simultan

Uji simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan fintech berbasis ShopeePay secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dibuktikan dengan nilai F sebesar 94,197 dan signifikansi 0,000. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,535 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen secara simultan mampu menjelaskan 53,5% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini menguatkan bahwa perilaku konsumtif tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan kombinasi faktor internal, seperti literasi keuangan dan pengendalian diri, serta faktor eksternal berupa kemudahan akses teknologi keuangan seperti ShopeePay.

Secara teoritis, temuan ini konsisten dengan teori Planned Behavior dan Technology Acceptance Model, di mana sikap, pengetahuan, kemampuan mengontrol perilaku, serta kemudahan teknologi bersama-sama memengaruhi perilaku individu, termasuk dalam aspek konsumsi. Kombinasi ketiga variabel tersebut menciptakan kondisi di mana mahasiswa merasa lebih mampu mengambil keputusan keuangan, lebih percaya diri mengatur perilaku konsumsi, serta lebih mudah melakukan transaksi melalui fintech. Sari dan Manjaleni (2025) menemukan bahwa literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan fintech diukur melalui kemampuan membuat anggaran, membandingkan harga, menabung, kenyamanan aplikasi, promo, dan kontrol impuls berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan studi Asisi & Purwantoro (2020), Hardy et al. (2023), Light & Poniman (2024), dan Azizah et al. (2025), yang secara simultan menunjukkan positifnya pengaruh ketiga variabel terhadap konsumsi mahasiswa. Sebaliknya, Zidan Al-Farisyyi (2023) menemukan bahwa fintech tidak berpengaruh signifikan meskipun literasi keuangan memang berdampak, menunjukkan bahwa pengaruh fintech bergantung pada konteks sosial dan kebiasaan lokal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan penggunaan fintech berbasis shopeepay terhadap perilaku konsumtif pada 250 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya Mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih percaya diri dalam pengambilan keputusan konsumsi, sehingga perilaku konsumtif meningkat namun lebih terencana.

2. Pengendalian diri berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, mahasiswa yang merasa mampu mengendalikan diri tetap melakukan konsumsi, namun dengan pola yang lebih terkendali dan bukan semata-mata impulsif.
3. Penggunaan fintech berbasis ShopeePay berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya fitur kemudahan transaksi, promo cashback, dan kecepatan pembayaran turut mendorong peningkatan konsumsi di kalangan mahasiswa.
4. Secara simultan, ketiga variabel pada literasi keuangan, pengendalian diri, penggunaan fintech berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya pemahaman keuangan yang baik, kemampuan mengendalikan diri, dan kemudahan akses transaksi digital mampu memengaruhi kecenderungan mahasiswa dalam melakukan konsumsi.

SARAN

1. Disarankan peningkatan literasi keuangan dan pengendalian diri melalui pendekatan teman sebaya dan kurikulum.
2. Institusi perlu mendorong kebiasaan menabung dan kelola pinjaman melalui pelatihan praktis.
3. Literasi investasi perlu diperkuat melalui pembelajaran akademik dan nonformal.
4. ShopeePay disarankan menambah fitur laporan keuangan dan notifikasi belanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah et, al. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 4(1), 24.
- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompot digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153–163.
- Abidzar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). PENGARUH DOMPET DIGITAL DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DI KOTA SURAKARTA. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(7), 118–135.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 38–51.
- Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 5(1), 972–979.
- Aprinthasari, M. N., & Widiyanto, W. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Business and Accounting Education Journal*, 1(1), 65–72. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i1.38925>
- Ariani Damayanti, W., & Ratna Gumilang, R. (2023). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 525–534.

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus Angkatan 2021)
(Syifa Maulidatinisa. Et al)



- <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i3.3850>
- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Arianti, B. F. (2022). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)*. 1–20.
- Ariwangsa, I. G. N. O., & Gde Bagus Surya Jayanatha. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(3), 229–239. <https://doi.org/10.20527/jwm.v11i3.254>
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Ayu Setyawati, W., & Fitriasuri. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Pandemi Covid-19 Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 1 Universitas Bina Darma Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 520–534.
- Azizah, A. S., Theorupun, M. S., & Referli, A. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 13(1), 170–179.
- Badan Pusat Statistik (BPS), & (OJK), O. J. K. (2024). *SIARAN PERS BERSAMA OJK DAN BPS UMUMKAN HASIL SURVEI NASIONAL LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN TAHUN 2024*. 11(1), 1–64. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Bado, B., Hasan, M., & Isma, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Locus of Control Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 15604–15623. [http://eprints.unm.ac.id/33576/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/33576/1/8843-Article Text-16594-1-10-20230812.pdf](http://eprints.unm.ac.id/33576/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/33576/1/8843-Article%20Text-16594-1-10-20230812.pdf)
- Beid Fitrianova Andriani, Elyanti Rosmanidar, & Zahratud Diniah. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus of Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Student Research*, 1(5), 192–212. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i5.1699>
- Burhan, N. S., Noviani, L., & Sangka, K. B. (2023). Pengaruh Kemudahan Belanja Online dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif. *Business and Accounting Education Journal*, 4(36), 73–81. <https://doi.org/10.15294/baej.v4i1.67964>
- Fatmawatie, N. (2022). E-Book E-Commerce Dan Perilaku Konsumtif. In *Naning Fatmawatie*.
- Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>
- Ghufron, M. N., & Risnawita, R. S. (2010). *Teori-teori Psikologis* (p. 202).
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman

- Sebayu, 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>
- Hardy, A. M., Hendri, N., & Darmayanti, E. F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Electronic Wallet dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Metro). *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 215–223. <https://doi.org/10.24127/exclusive.v2i2.3940>
- Hidayah, B. A. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Kepribadian dan Pendapatan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Fakultas Ekonomi Bisnis UMP*, 10(5), 3052–3058.
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'Ah. *INFOTECH Journal*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Khan, M. S., Azad, I., Moosa, S., & Javed, M. Y. (2024). Do we really need financial literacy to access the behavioral dynamics of generation Z? A case of Oman. *Heliyon*, 10(13), e32739. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e32739>
- Lahallo, F. F., & Rupilele, F. G. J. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan (Survey Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Victory Sorong). *Jurnal Jendela Ilmu*, 4(1), 31–37. <https://doi.org/10.34124/ji.v4i1.146>
- Lakoro, F. S., & Sukrianto. (2021). LITERASI DAN MODEL MANAJEMEN KEUANGAN UMKM BERBASIS DIGITAL PADA UMKM-UMKM DI KABUPATEN BOALEMO PROVINSI GORONTALO. *SpringerReference*, 3(2), 411. https://doi.org/10.1007/springerreference_1459
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024). Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta. *Jurnal Masharif Al- Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 389–404.
- Light, N., & Poniman. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Lumbantobing, I. J., & Siagian, L. (2023). Pengaruh Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Medan Tahun 2023. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI DAN ENTREPRENEURSHIP*, Volume 1(3), 14–23.
- Machali, M.Pd, D. I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Marlina, V., & Lusya, A. (2023). Pengaruh Ulasan Produk, Pengendalian Diri, Influencer dan Shopping Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Tiktokshop. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 1–15. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i01.119>
- Mujahidin, A. (2020). Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Mulyawan, I., Rajeg, N., Dartiningsih, W., Made, A., & Mahayani, N. (2022). Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pgrri Mahadewa Indonesia Tahun 2022.

- Widyadari : *Jurnal Pendidikan*, 23(2), 317–328. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7189893>
- Mulyono, G. (2020). *Literasi Keuangan*.
- Murdiyanti, U., Basukiyatno, B., & Habibi, B. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Kelompok Teman Sebaya dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, 15(2), 224–235. <https://doi.org/10.24905/cakrawala.v15i2.290>
- Nur Faizah, A., Widjajanti, K., & Indarto. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9349–9358. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Survei Literasi keuangan*. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- Pibriana, D. (2020). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Penggunaan Aplikasi Belanja Online XYZ. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 7(3), 580–592. <https://doi.org/10.35957/jatisi.v7i3.382>
- Pratama, D. V., & Oktapiani, S. (2023). Pengaruh Fintech Payment, Financial Literacy, Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Proceeding Of Student Conference*, 1(4), 410–421. <http://conference.uts.ac.id/index.php/Student/article/download/720/408>
- 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>
- Purwanto, N., Budiyo, & Suhcrmin. (2022). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Pusat Data dan Informasi Pendidikan, B.-D. (2003). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2003 TENTANG SISTEM PENDIDIKAN NASIONAL DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA. I*, 1–7.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (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>
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN E-MONEY, KONTROL DIRI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE Yusuf. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.
- Ramadhani, K., Putri, P. L., & Sari, K. D. C. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Generasi Z Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal EBI*, 5(2), 67–76. <https://doi.org/10.52061/ebi.v5i2.177>
- Ray, M. J. K., Mashudi, & Herkulana. (2022). Pengaruh Penggunaan Fintech Mobile Payment Dan aplikasi

Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePAY Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus Angkatan 2021)
(Syifa Maulidatinisa. Et al)



- Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 11(9), 1331–1339. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i9.57907>
- Rumyati Zeinab, & Ruski. (2025). The Role of Fintech E-Wallet and Self-Control on Generation Z's Consumptive Behavior in Bangkalan: Efforts to Educate and Literacy in Digital Finance. *Journal of Practice Learning and Educational Development*, 5(2), 506–513. <https://doi.org/10.58737/jpled.v5i2.472>
- Santika, F. E. (2024). *Dompot Digital, Fintech Pembayaran Paling Diandalkan Warga RI 2024*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/6787938b3c18e/dompot-digital-fintech-pembayaran-paling-diandalkan-warga-ri-2024>
- Sari, D. P., & Ibrahim, M. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Desa Pematang Tinggi, Kecamatan Kerumutan, Kabupaten Pelalawan*. 7, 206–216.
- Sholeha, S. E., & Amaniyah, E. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN RISIKO TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA DENGAN PENGGUNAAN FINTECH PAYMENT (PAYLATER) PADA SHOPEE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Journal of Management Studies*, 18(1), 80–81.
- Shopee. (2023). *Shopeepay*. <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73240>
- Simorangkir, F. G. A., Siregar, I. O., Siregar, L., & Tambunan, T. S. (2024). Pengaruh Pengetahuan Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JMRI Journal of Multidisciplinary Research and Innovation*, 2(3), 96–100. <https://doi.org/10.61240/jmri.v2i3.78>
- Statista. (n.d.). *Pembelian Impulsif Gen Z*. <https://www.statista.com/statistics/1395726/gen-z-unplanned-online-purchases-main-reasons/>
- Statista Research Departement. (2025). *Most common reasons for making unplanned purchases online among Gen Z consumers worldwide in 2022*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1395726/gen-z-unplanned-online-purchases-main-reasons/>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Syafrida, H. S. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Tulie Fatin, T. J., Niswatin, & Mahdalena. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Buana Akuntansi*, 9(1), 85–107.
- Ulum, I. F., & Solekah, N. A. (2024). The Impact of Lifestyle, Financial Literacy, and Ease of Use of E-Payment on E-Wallet Users' Consumptive Behavior in the Millennial Generation. *MEC-J (Management and Economics Journal)*, 8(1), 67–82. <https://doi.org/10.18860/mec-j.v8i1.26265>
- Wisnu Panggah setiyono. (2021). Financial techology. In *Umsida Press*. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/download/978-623-6292-68-6/1048/>