

## **Pengaruh Digital Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021**

**Intan Nur Aini<sup>1</sup>, Tuty Sariwulan<sup>2</sup>, Siti Fatimah Zahra<sup>3</sup>**

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta<sup>1,2,3</sup>

\*Email Korespondensi: [intannur.aini3172@gmail.com](mailto:intannur.aini3172@gmail.com)

### **ABSTRACT**

#### **Sejarah Artikel:**

Diterima 01-01-2026  
Disetujui 12-01-2026  
Diterbitkan 14-01-2026

*This study aims to examine the influence of digital payment usage and financial literacy on students' consumptive behavior, with lifestyle as a mediating variable. The quantitative survey was conducted on 279 students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, class of 2021. Data were collected through questionnaires and analyzed using Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that digital payment has a positive and significant effect on students' consumptive behavior, both directly and through lifestyle mediation, due to the convenience and perceived benefits of digital payment. Financial literacy has a negative effect on consumptive behavior, both directly and through lifestyle, suggesting that higher financial literacy can reduce students' tendency to be consumptive. The direct effect of financial literacy on consumptive behavior is more dominant than its indirect effect through lifestyle. Based on these findings, it is recommended that universities integrate financial literacy education into curricula and supporting activities, families provide financial management education from an early stage, and digital payment providers offer features that support students' financial control. These strategies are expected to help students optimize the benefits of digital payment technology without increasing consumptive behavior.*

**Keywords :** digital payment, financial literacy, lifestyle, consumptive behavior, students

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan digital payment dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif survei pada 279 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Hasil menunjukkan bahwa digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara langsung maupun melalui mediasi gaya hidup, karena kemudahan akses dan manfaat yang dirasakan. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, baik langsung maupun melalui gaya hidup, menunjukkan bahwa literasi keuangan yang lebih baik menekan kecenderungan konsumtif. Pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif lebih dominan dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui gaya hidup. Berdasarkan temuan ini, disarankan perguruan tinggi mengintegrasikan pendidikan literasi keuangan dalam kurikulum dan kegiatan pendukung, keluarga memberikan edukasi pengelolaan keuangan sejak dini, serta penyedia layanan digital payment menyediakan fitur yang mendukung kontrol finansial mahasiswa. Implementasi

strategi ini diharapkan membantu mahasiswa mengoptimalkan manfaat teknologi pembayaran digital tanpa meningkatkan perilaku konsumtif.

**Kata kunci :** digital payment, literasi keuangan, gaya hidup, perilaku konsumtif, mahasiswa

**Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:**

Nur Aini, I., Sariwulan , T., & Zahra, S. F. (2026). Pengaruh Digital Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1830-1853. <https://doi.org/10.63822/g664zd45>

## PENDAHULUAN

Di era modern yang semakin berkembang, pemenuhan kebutuhan maupun keinginan dapat dilakukan dengan sangat mudah. Kemudahan ini dinikmati oleh berbagai kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa. Namun, kemajuan tersebut juga membawa konsekuensi berupa meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai individu yang memiliki beragam kebutuhan sering kali menunjukkan perilaku konsumtif karena adanya dorongan untuk menyesuaikan penampilan dan gaya hidup (Lorenza & Lestari, 2023). Hal ini tercermin dari kebiasaan membeli pakaian terbaru, aksesoris, tas, parfum, hingga produk kosmetik.

Selain itu, perkembangan teknologi finansial (*fintech*) turut memperkuat kecenderungan tersebut. Salah satu inovasi fintech yang paling berpengaruh adalah *digital payment* (Salsabila et al., 2024). Sistem pembayaran digital menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi, sehingga membuat proses pembelian menjadi lebih praktis. Meski memberikan banyak manfaat, kemudahan ini juga dapat mendorong pengguna, terutama mahasiswa yang aktif menggunakan layanan tersebut, untuk melakukan transaksi tanpa pertimbangan yang matang.

Di sisi lain, derasnya arus informasi dan kemajuan teknologi yang terus berkembang, ditambah dengan pengaruh globalisasi, semakin memperluas paparan mahasiswa terhadap tren dan gaya hidup modern. Kondisi ini menjadikan mahasiswa lebih mudah terpengaruh oleh budaya konsumtif yang semakin melekat di kalangan generasi muda (Ihsan et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi bukan hanya lingkungan, tetapi juga proses psikologis dan persepsi terhadap teknologi, sehingga diperlukan teori untuk menjelaskannya.

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan pengguna terhadap teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (PU) dan *perceived ease of use* (PEOU), yang kemudian membentuk sikap dan niat untuk menggunakan teknologi (Davis, 1989). TAM relevan untuk memahami bagaimana mahasiswa menerima dan menggunakan *digital payment* yaitu, ketika teknologi dianggap mudah dan bermanfaat, intensitas penggunaannya meningkat, yang pada akhirnya dapat mendorong pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan. Dengan demikian, TAM memberikan dasar untuk memahami bagaimana persepsi terhadap teknologi berkontribusi pada munculnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Kemudian dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) diterangkan juga bahwa perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu *attitude*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). TPB menggambarkan bagaimana sikap mahasiswa terhadap konsumsi, pengaruh lingkungan sosial, serta persepsi kontrol diri berperan dalam membentuk perilaku konsumtif. Literasi keuangan dapat membentuk *attitude* yang lebih rasional dalam penggunaan uang, gaya hidup mencerminkan *subjective norms* yang mendorong preferensi konsumtif tertentu, sementara kemudahan *digital payment* meningkatkan *perceived behavioral control* sehingga mahasiswa lebih mudah melakukan transaksi. Ketiga aspek tersebut saling berinteraksi dan dapat memperkuat kecenderungan munculnya perilaku konsumtif.

Pemahaman teoritis melalui TAM dan TPB memberikan kerangka konseptual untuk menjelaskan bagaimana teknologi, sikap, dan faktor psikososial memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Meskipun demikian, landasan teoritis saja belum cukup untuk mendukung analisis penelitian secara komprehensif. Oleh karena itu, diperlukan temuan empiris yang menunjukkan hubungan antara *digital payment*, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif berdasarkan data dan penelitian sebelumnya.

Minimnya wawasan mengenai literasi keuangan turut berkontribusi terhadap berkembangnya perilaku konsumtif. Melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan sebenarnya bukanlah suatu masalah

dan telah menjadi hal yang umum, asalkan pembelian tersebut ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dasar atau primer yang benar-benar diperlukan, dan bukan hanya untuk memenuhi keinginan semata. Namun, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan.

Menurut Karim dkk. (2023) literasi keuangan mempengaruhi cara seseorang dalam mengelola keuangannya. Perilaku pengelolaan keuangan mencakup keterampilan dalam merencanakan, membuat anggaran, mengelola, serta mengontrol keuangan, yang memungkinkan seseorang untuk dengan bijak menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa literasi keuangan sangat diperlukan agar seseorang dapat terhindar dari masalah keuangan.

Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang rendah sering kali membuat keputusan konsumsi yang kurang bijaksana. Mereka sering kali gagal mempertimbangkan prioritas pengeluaran yang lebih mendesak, seperti pentingnya menyusun anggaran bulanan. Hal ini dapat disebabkan oleh ketidakmampuan, rasa malas, atau kurangnya kesadaran akan pentingnya anggaran. Akibatnya, mereka cenderung menghabiskan uang untuk barang yang tidak diperlukan, yang akhirnya dapat menyebabkan pemborosan dan masalah keuangan (Yunita et al., 2023).

Beberapa penelitian telah membahas hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Dinanti & Nesneri (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian terdahulu oleh Wulandari dkk. (2024) juga mengungkapkan hasil yang serupa, yaitu literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Surakarta. Artinya, semakin baik literasi keuangan seseorang, maka semakin kecil kemungkinan mereka untuk memiliki perilaku konsumtif, seperti membelanjakan uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan. Sebaliknya, mereka yang memiliki literasi keuangan rendah lebih cenderung terjebak dalam perilaku konsumtif karena kesulitan dalam mengelola keuangan dengan baik.

Selain dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan *digital payment* dan tingkat literasi keuangan, keputusan konsumsi mahasiswa juga tidak lepas dari gaya hidup yang mereka jalani, yang sering kali mendorong pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan sosial, tren, atau gaya hidup tertentu. Menurut Masrukhan dkk. (2024) menyatakan bahwa gaya hidup berhubungan langsung dengan bagaimana seseorang mengatur keuangan pribadi, termasuk dalam hal penggunaan uang dan manajemen waktu. Perubahan gaya hidup pun dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang terus mengalami kemajuan.

Beberapa penelitian mendukung adanya hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Penelitian Tombeg (2021) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Senada dengan itu, Thamrin & Achiruddin (2021) juga menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup materialistik atau hedonistik, yang sering dijumpai di kalangan mahasiswa, membuat mereka lebih cenderung menghabiskan uang untuk kepuasan sesaat tanpa memperhitungkan dampak jangka panjang terhadap keuangan pribadi mereka.

Kebiasaan gaya hidup seringkali berubah dengan cepat dan cenderung menjadi berlebihan seiring dengan perkembangan teknologi. Perubahan ini mendorong mahasiswa untuk lebih sering mengonsumsi barang dan layanan jasa demi memenuhi kebutuhan gaya hidup mereka, yang akhirnya berujung pada pemborosan. Peningkatan konsumsi ini juga mendorong mahasiswa untuk lebih banyak melakukan transaksi menggunakan *digital payment*, karena kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan.

Berdasarkan hal tersebut menunjukkan pentingnya penelitian tentang pengaruh *digital payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan gaya hidup sebagai variabel mediasi. Dengan itu, peneliti menetapkan judul penelitian, yaitu **“Pengaruh Digital Payment dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021.”**

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta (UNJ Kampus A) yang beralamat di Jl. R.Mangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220 dan berlangsung mulai bulan September 2025 hingga penelitian selesai dilakukan.

### **Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode ini menekankan pada pengukuran objektif terhadap data yang diperoleh dari instrumen seperti kuesioner, angket, atau tes. Tujuan utamanya adalah untuk menguji hipotesis, mengukur variabel, serta menganalisis hubungan antar variabel secara statistik.

### **Populasi dan Sampel**

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021, yang berdasarkan data daya tampung berjumlah sebanyak 922 mahasiswa. Populasi tersebut dipilih karena berdasarkan hasil pra-riset menunjukkan kondisi variabel *digital payment*, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif yang relatif seimbang, sehingga mampu merepresentasikan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan memilih anggota populasi secara sengaja, sesuai dengan kriteria atau tujuan yang telah ditetapkan oleh peneliti (Asrulla et al., 2023). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021.
2. Menggunakan layanan pembayaran digital secara aktif, seperti *e-wallet* (ShopeePay, OVO, GoPay, dll), *e-money* (Brizzi, Flazz, dll), *mobile banking* (BRImo, Livin' by Mandiri, dll), QRIS, atau *virtual account*.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 5%, agar data yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dan hasil penelitian menjadi lebih representatif (Antoro, 2024).

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Diketahui :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = jumlah populasi

$e$  = standar error (5%)

Jumlah sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus diatas yaitu :

$$n = \frac{922}{1 + 922(0,05)^2}$$

$$n = 278,97$$

$$n \approx 279$$

Jumlah sampel yang diambil setelah dibulatkan adalah sebanyak 279 orang dari seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta angkatan 2021.

## Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan *metode Structural Equation Modelling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) yang dioperasikan melalui Microsoft Excel dan SmartPLS. SEM-PLS berorientasi pada tujuan prediktif, mampu menguji hubungan antara banyak variabel independen dan dependen, serta efektif digunakan dalam menganalisis peran variabel moderator.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji R-square (R<sup>2</sup>)

Tabel 1 Hasil Pengujian R<sup>2</sup>

Variabel	R-square	R-square adjusted
Gaya Hidup (Z)	0.389	0.384
Perilaku Konsumtif (Y)	0.638	0.634

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, diperoleh nilai *R-square* (R<sup>2</sup>) untuk variabel Gaya Hidup (Z) sebesar 0,389 dengan *R-square adjusted* sebesar 0,384, Nilai tersebut menunjukkan bahwa 38,9% variasi gaya hidup dapat dijelaskan oleh variabel *Digital Payment* dan Literasi Keuangan, sedangkan 61,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian, Nilai *R-square adjusted* yang tidak jauh berbeda dari *R-square* mengindikasikan bahwa model prediktor yang dibangun cukup stabil dan tidak mengalami bias akibat jumlah variabel prediktor yang digunakan,

Selanjutnya, nilai *R-square* (R<sup>2</sup>) untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,638 dengan *R-square adjusted* sebesar 0,634, Hal ini menunjukkan bahwa 63,8% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh *Digital Payment*, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup, sedangkan 36,2% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian, Nilai *R-square* tersebut tergolong kuat, yang menandakan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang baik terhadap perilaku konsumtif,

### Uji F-square (F<sup>2</sup>)

Tabel 2 Hasil Pengujian F<sup>2</sup>

Variabel	Digital Payment (X1)	Gaya Hidup (Z)	Literasi Keuangan (X2)	Perilaku Konsumtif (Y)
Digital Payment (X1)	0.589			0.097
Gaya Hidup (Z)				0.622
Literasi Keuangan (X2)	0.020			0.028

Perilaku Konsumtif  
(Y)

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diperoleh bahwa *Digital Payment* (X1) terhadap Gaya Hidup (Z) memiliki nilai f-square sebesar 0,589, yang tergolong sebagai pengaruh besar. Hal ini menunjukkan bahwa *Digital Payment* memberikan kontribusi yang sangat kuat dalam menjelaskan variasi Gaya Hidup. Sementara itu, pengaruh *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai f-square sebesar 0,097, yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil, sehingga kontribusi langsung *Digital Payment* terhadap Perilaku Konsumtif relatif lebih lemah dibandingkan pengaruhnya melalui variabel lain.

Selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa Gaya Hidup (Z) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai f-square sebesar 0,622, yang tergolong sebagai pengaruh besar. Temuan ini mengindikasikan bahwa Gaya Hidup merupakan variabel yang memiliki peran dominan dalam memengaruhi Perilaku Konsumtif, sehingga perubahan gaya hidup sangat berkontribusi terhadap meningkat atau menurunnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Adapun pengaruh Literasi Keuangan (X2) terhadap Gaya Hidup (Z) menunjukkan nilai f-square sebesar 0,020, yang berada pada batas kategori pengaruh kecil. Hal ini menandakan bahwa Literasi Keuangan memberikan kontribusi yang relatif terbatas dalam menjelaskan variasi Gaya Hidup. Selain itu, pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) juga memiliki nilai f-square sebesar 0,028, yang termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan memiliki kontribusi langsung yang relatif kecil terhadap Perilaku Konsumtif dibandingkan dengan variabel lain dalam model.

Secara keseluruhan, hasil uji f-square menunjukkan bahwa Gaya Hidup berperan sebagai variabel kunci dalam model struktural penelitian ini, sementara *Digital Payment* berkontribusi besar terhadap pembentukan Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang relatif kecil baik terhadap Gaya Hidup maupun Perilaku Konsumtif.

### ***Uji Predictive Power***

- a. Uji Q-square Predict (Q<sup>2</sup> Predict)

**Tabel 3 Hasil Pengujian Q<sup>2</sup> Predict Variabel**

Konstruk	Q <sup>2</sup> predict
Gaya Hidup (Z)	0,373
Perilaku Konsumtif (Y)	0,398

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai Q<sup>2</sup>predict untuk konstruk Gaya Hidup (Z) sebesar 0,373 dan konstruk Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,398. Kedua nilai tersebut lebih besar dari nol, yang menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik. Nilai Q<sup>2</sup>predict pada kedua konstruk tersebut berada pada kategori sedang hingga kuat, yang menandakan bahwa model PLS-SEM mampu memprediksi data di luar sampel secara memadai. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konstruk

Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini memiliki kemampuan prediksi yang baik, sehingga model yang dibangun layak digunakan untuk tujuan prediksi.

b. Uji PLS Predict

**Tabel 4. Hasil Pengujian PLS Predict**

Item	Q <sup>2</sup> predict	PLS-SEM_RMSE	LM_RMSE
Z.1	0.169	1.097	1.059
Z.2	0.353	0.836	0.859
Z.3	0.349	0.736	0.699
Z.4	0.323	0.810	0.702
Z.5	0.242	0.997	0.901
Z.6	0.223	0.856	0.854
Z.7	0.135	1.014	0.975
Z.8	0.300	0.813	0.692
Z.9	0.195	1.043	0.987
Z.10	0.192	1.053	1.025
Z.11	0.339	0.841	0.822
Z.12	0.349	0.739	0.728
Z.13	0.301	0.824	0.734
Y.1	0.184	0.922	0.932
Y.2	0.226	0.950	0.903
Y.3	0.164	0.855	0.738
Y.4	0.259	0.798	0.760
Y.5	0.233	0.789	0.732
Y.6	0.174	0.839	0.801
Y.7	0.296	0.813	0.800
Y.8	0.382	0.746	0.632
Y.9	0.470	0.696	0.641
Y.10	0.206	0.946	1.019
Y.11	0.207	0.927	0.910
Y.12	0.200	0.896	0.876
Y.13	0.167	0.941	1.003
Y.14	0.235	0.932	0.934
Y.15	0.258	0.746	0.710

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel Z (Z.1–Z.13) dan Y (Y.1–Y.15) memiliki nilai Q<sup>2</sup>predict lebih besar dari nol ( $Q^2_{predict} > 0$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa model

memiliki *predictive relevance*, artinya model mampu memprediksi nilai indikator dengan lebih baik dibandingkan penggunaan nilai rata-rata (*mean*) sebagai pembanding.

Secara lebih rinci, beberapa indikator menunjukkan kemampuan prediktif yang relatif kuat, ditandai dengan nilai  $Q^2_{predict} \geq 0,30$ , antara lain Z.2, Z.3, Z.4, Z.11, Z.12, Z.13, Y.8, dan Y.9. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa varians indikator-indikator tersebut dapat dijelaskan dan diprediksi oleh model dalam proporsi yang cukup besar. Sementara itu, indikator lainnya memiliki nilai  $Q^2_{predict}$  pada kisaran 0,15–0,30, yang menunjukkan kemampuan prediktif sedang, namun tetap mencerminkan adanya relevansi prediktif dari model.

Tidak ditemukannya nilai  $Q^2_{predict}$  negatif menunjukkan bahwa model tetap memiliki daya prediksi yang konsisten pada seluruh indikator. Meskipun beberapa nilai RMSE PLS-SEM mendekati atau sedikit lebih besar dari RMSE Linear Model (LM), hal ini tidak mengurangi kemampuan prediktif model. Dalam evaluasi PLS-Predict,  $Q^2_{predict} > 0$  merupakan kriteria utama dalam menilai adanya *predictive relevance*, sedangkan perbandingan RMSE lebih bersifat pelengkap untuk menilai tingkat akurasi prediksi (Hair et al., 2017).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang memadai. Oleh karena itu, meskipun hasil perbandingan RMSE PLS-SEM dengan LM menunjukkan akurasi prediksi yang belum optimal pada beberapa indikator, model tetap layak digunakan untuk tujuan prediksi dan pengujian hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

### Uji Model Fit (SRMR)

**Tabel 5 Hasil Pengujian SRMR**

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.087	0.087

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel yang merupakan hasil evaluasi *Goodness of Fit* menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), baik *saturated model* maupun *estimated model* memiliki nilai SRMR sebesar 0,087. Nilai ini berada di bawah ambang batas 0,10, sehingga dapat dikatakan masih dapat diterima dan menunjukkan bahwa model memiliki kecocokan yang memadai antara model teoritis dan data empiris (Hair et al., 2017).

### Pembahasan

#### 1. Digital Payment Berpengaruh Secara Langsung Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ( $H_1$ )

Hasil analisis data menunjukkan bahwa *digital payment* berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEB UNJ 2021, sehingga hipotesis 1 ( $H_1$ ) dinyatakan diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,237, dengan t-statistic sebesar 3,932 serta p-value sebesar 0,000. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan *digital payment* yang didukung oleh kemudahan dan kepraktisan transaksi, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin meningkat. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa *Digital payment* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif didukung oleh data.

Hasil ini dapat diinterpretasikan melalui sudut pandang *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989). Dalam TAM, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu terhadap penggunaan suatu teknologi. *Digital payment* yang dipersepsikan memberikan kemudahan, kecepatan, serta efisiensi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa, seperti pembayaran makanan, transportasi, dan belanja daring dapat mendorong mahasiswa untuk menggunakan secara lebih intensif (Abidzar et al., 2023). Tingginya tingkat penerimaan terhadap *digital payment* pada akhirnya memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, karena kemudahan akses dan minimnya hambatan transaksi dapat menurunkan kontrol diri dalam pengambilan keputusan pembelian, sehingga meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Selain itu, adanya promosi tanggal kembar, cashback, dan fitur “*one-click payment*” semakin mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi secara impulsif, sehingga pola pengeluaran menjadi lebih sulit dikendalikan meskipun pendapatan terbatas. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik menjadi sangat penting untuk membantu mahasiswa mengelola pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mengambil keputusan konsumtif secara lebih bijak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hayati dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini juga diperkuat oleh Abidzar dkk. (2023) yang menemukan adanya pengaruh positif penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terutama karena kemudahan dan kecepatan transaksi yang mendorong pembelian secara lebih sering dan impulsif. Hal tersebut terjadi karena mahasiswa merupakan kelompok yang adaptif terhadap teknologi digital dengan intensitas penggunaan *digital payment* yang tinggi dalam aktivitas sehari-hari, seperti pembayaran makanan dan minuman, transportasi, belanja daring, serta pemenuhan kebutuhan akademik dan digital. Persepsi terhadap kegunaan dan manfaat *digital payment*, seperti kemudahan dan efisiensi transaksi, mendorong mahasiswa untuk menggunakan secara lebih sering. Intensitas penggunaan yang tinggi tersebut pada akhirnya berkontribusi terhadap meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif.

Penelitian Insana & Johan (2021) juga menunjukkan hasil yang sejalan, meskipun penelitian tersebut hanya berfokus pada satu jenis *digital payment*, yaitu *e-money*. Pada mahasiswa, *e-money* umumnya digunakan untuk pembayaran transportasi umum seperti KRL, MRT, LRT, dan TransJakarta, yang merupakan bagian dari aktivitas mobilitas harian. Kemudahan penggunaan *e-money* dalam mendukung mobilitas tersebut mendorong mahasiswa untuk melakukan transaksi secara rutin dan berulang, Intensitas penggunaan yang tinggi ini secara tidak langsung dapat membentuk kebiasaan konsumsi yang lebih praktis dan instan, sehingga berkontribusi terhadap meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif.

## 2. Literasi Keuangan Berpengaruh Secara Langsung Negatif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ( $H_2$ )

Berdasarkan hasil analisis statistik, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara langsung negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEB UNJ 2021, sehingga hipotesis 2 ( $H_2$ ) dinyatakan diterima, Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar  $-0,102$ , dengan t-statistic sebesar  $3,105$  dan p-value sebesar  $0,002$ . Arah hubungan negatif tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka kecenderungan perilaku konsumtif akan semakin menurun.

Hasil ini selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), di mana literasi keuangan berperan dalam membentuk *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku konsumsi) yang lebih rasional serta meningkatkan *perceived behavioral control* (kontrol perilaku). Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih kuat mengenai pengelolaan keuangan, perencanaan anggaran, dan konsekuensi dari setiap keputusan konsumsi yang diambil. Pemahaman tersebut mendorong mahasiswa untuk lebih berhati-hati dan mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan dalam melakukan pembelian. Selain itu, peningkatan *perceived behavioral control* membuat mahasiswa merasa lebih mampu mengendalikan perilaku konsumsi mereka. Kondisi ini pada akhirnya berkontribusi dalam menekan kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan literasi keuangan di kalangan mahasiswa sebagai langkah preventif dalam membentuk sikap rasional dan meningkatkan kemampuan pengendalian perilaku konsumsi. Dengan literasi keuangan yang baik, mahasiswa diharapkan mampu menyikapi pengaruh media sosial dan gaya hidup konsumtif secara lebih bijak, sehingga dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat (Wulandari et al., 2024).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wulandari dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, kecenderungan perilaku konsumtif tidak mengalami peningkatan, bahkan cenderung dapat ditekan, Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang memadai berperan sebagai faktor pengendali dalam pengambilan keputusan konsumsi. Dengan demikian, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme protektif bagi mahasiswa dalam menghadapi berbagai dorongan konsumtif di lingkungan sekitarnya.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Paramita & Paramita (2024) yang menekankan bahwa pemahaman terhadap pengetahuan keuangan perlu terus ditingkatkan agar individu mampu bersikap bijak dalam mengelola keuangan. Pendidikan keuangan bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, menjadi semakin penting. Perguruan tinggi diharapkan berperan aktif dalam membekali mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik agar mereka lebih berhati-hati dan bijaksana dalam menyikapi berbagai tawaran keuangan, seperti investasi dan pinjaman daring, yang semakin banyak menyasar kalangan muda.

## 3. Gaya Hidup Berpengaruh Secara Langsung Positif dan Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ( $H_3$ )

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FEB UNJ 2021, sehingga hipotesis 3 ( $H_3$ ) dapat diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar  $0,607$ , dengan t-statistic sebesar  $9,369$  dan

p-value sebesar 0,000. Koefisien jalur yang bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif mahasiswa, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga semakin meningkat,

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), di mana gaya hidup berperan dalam membentuk *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku konsumsi) serta norma subjektif. Gaya hidup yang menekankan pada pemenuhan keinginan, mengikuti tren, dan menjaga citra diri mendorong terbentuknya sikap yang lebih positif terhadap aktivitas konsumsi (Abdullah & Suja'i, 2022). Sikap tersebut mendorong individu untuk lebih menerima dan membenarkan perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari.

Pada kalangan mahasiswa, pola gaya hidup banyak dipengaruhi oleh dinamika lingkungan kampus, tekanan sosial, serta dorongan untuk mengikuti tren yang sedang berkembang. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan diri melalui pilihan konsumsi tertentu, khususnya terhadap produk bermerek dan gaya hidup modern. Dorongan psikologis, seperti keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial, meningkatkan citra diri, dan mendapatkan kepuasan emosional, turut memperkuat kecenderungan tersebut. Selain itu, peran teman sebaya dan intensitas penggunaan media sosial semakin memperbesar peluang munculnya perilaku konsumtif yang bersifat impulsif dan berlebihan. Apabila tidak disertai dengan pengendalian diri dan kesadaran finansial yang memadai, gaya hidup yang semakin tinggi dapat berujung pada peningkatan perilaku konsumtif (Phytaloka et al., 2025).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Muawaliyah & Saifuddin (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta diperkuat oleh penelitian Abdullah & Suja'i (2022) dan Widiastuti dkk. (2023). Gaya hidup mahasiswa yang cenderung konsumtif tercermin dari prioritas pengeluaran yang lebih mengutamakan pemenuhan gaya hidup, seperti mengikuti tren kafe, membeli produk kecantikan atau aksesoris, serta melakukan pembelian digital, dibandingkan kebutuhan yang menunjang kegiatan perkuliahan. Tingginya paparan media sosial menjadikan mahasiswa sebagai target potensial pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, Tiktok, dan YouTube. Kondisi ini mendorong perilaku pembelian daring di kalangan Generasi Z, di mana gaya hidup yang berorientasi tren dan citra diri meningkatkan kecenderungan mahasiswa membeli produk online secara berlebihan, sehingga perilaku konsumtif sulit dikendalikan.

#### 4. Digital Payment Berpengaruh Secara Langsung Positif dan Signifikan terhadap Gaya Hidup (H<sub>4</sub>)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, diperoleh bahwa *digital payment* berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap gaya hidup Mahasiswa FEB UNJ 2021, sehingga hipotesis 4 (H<sub>4</sub>) dinyatakan diterima. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,603, nilai t-statistic sebesar 12,494, serta p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien jalur yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *digital payment*, semakin kuat kecenderungan gaya hidup mahasiswa yang berorientasi pada kemudahan dan kepraktisan.

Hasil ini dapat dijelaskan melalui *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* membentuk sikap positif mahasiswa terhadap penggunaan *digital payment*. *Digital payment* dipersepsi mahasiswa sebagai teknologi yang memudahkan transaksi, menghemat waktu, serta memberikan kenyamanan dalam aktivitas sehari-hari. Persepsi kemudahan dan manfaat tersebut mendorong mahasiswa untuk semakin sering menggunakan *digital payment* dalam berbagai aktivitas konsumsi. Intensitas penggunaan *digital payment* yang tinggi kemudian memengaruhi pola aktivitas, minat, dan opini mahasiswa dalam menjalani kehidupan sehari-hari,

yang tercermin dalam perubahan gaya hidup menjadi lebih praktis, cepat, dan berorientasi pada kemudahan. Sebagai generasi *digital native* yang terbiasa dengan teknologi dan internet, mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z cenderung cepat mengadopsi inovasi teknologi keuangan untuk mempermudah berbagai transaksi. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat penggunaan *digital payment*, semakin besar pengaruhnya terhadap pembentukan gaya hidup modern mahasiswa yang cenderung konsumtif (Widiantari et al., 2023).

Hal ini sejalan dengan penelitian Putu & Kusuma (2024) yang menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa, dan juga diperkuat oleh penelitian Rabbani dkk. (2024). Kemudahan dan kenyamanan yang ditawarkan *digital payment* membantu mahasiswa mengelola keuangan lebih efisien dan meningkatkan produktivitas. Fitur-fitur seperti pengelolaan keuangan, promosi, serta pembayaran tagihan yang terintegrasi memberikan manfaat nyata, namun penggunaan *digital payment* juga dapat mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Hal ini berdampak langsung pada gaya hidup mahasiswa, yang cenderung lebih praktis, cepat, dan berorientasi pada kemudahan serta tren digital. Oleh karena itu, mahasiswa perlu meningkatkan literasi keuangan dan menggunakan *digital payment* secara bijak agar manfaatnya diperoleh tanpa mendorong perilaku konsumtif.

## 5. Literasi Keuangan Berpengaruh Secara Langsung Negatif dan Signifikan terhadap Gaya Hidup (H<sub>5</sub>)

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara langsung negatif dan signifikan terhadap gaya hidup Mahasiswa FEB UNJ 2021, sehingga hipotesis 5 (H<sub>5</sub>) dinyatakan diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar -0,110, nilai t-statistic sebesar 2,690, serta p-value sebesar 0,007 yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien jalur negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka menjalani gaya hidup konsumtif dan berfokus pada kemudahan transaksi. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), di mana literasi keuangan membentuk *attitude toward behavior* yang lebih rasional dan meningkatkan *perceived behavioral control*. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijak dalam menilai kebutuhan dan keinginan, mampu menahan dorongan konsumtif, serta memprioritaskan pengeluaran untuk hal-hal yang lebih penting dan produktif. Selain itu, literasi keuangan membantu mahasiswa mengelola pengeluaran secara lebih terencana, menggunakan teknologi pembayaran digital dengan lebih bijak, dan menghindari perilaku pembelian impulsif (Isnawati & Kurniawan, 2021). Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendali yang efektif dalam membentuk gaya hidup mahasiswa yang lebih sehat, terstruktur, dan berorientasi pada efisiensi serta keseimbangan finansial.

Dalam penelitian ini, gaya hidup mahasiswa dikaji berdasarkan sejauh mana mereka menjalani pola hidup yang hemat atau cenderung berlebihan. Apabila literasi keuangan mahasiswa rendah atau kurang baik, hal ini berdampak negatif pada gaya hidup mereka karena kesulitan dalam menilai sisi positif maupun negatif dari pengelolaan keuangan. Sebaliknya, mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi cenderung mampu membentuk gaya hidup yang hemat dan terencana, karena mereka dapat mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan finansial serta memanfaatkan pengetahuan dan kemampuan pengendalian diri secara optimal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Lestari dkk. (2023) dan Salamah dkk. (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa. Mahasiswa seringkali dihadapkan pada kemudahan dan akses modern dalam kehidupan sehari-hari, sehingga dibutuhkan literasi keuangan yang baik untuk mengelola uang secara bijak. Dengan literasi keuangan yang tinggi, mahasiswa mampu memahami keuntungan dan risiko dari setiap keputusan finansial, serta mengatur pengeluaran dengan lebih terencana. Pengetahuan dan kemampuan pengendalian diri ini membantu mahasiswa menentukan prioritas pengeluaran, memilih menabung atau berinvestasi, serta menjalani gaya hidup yang lebih hemat dan teratur. Sebaliknya, literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan mahasiswa kesulitan menilai konsekuensi finansial, sehingga berpotensi membentuk gaya hidup yang boros atau tidak terkontrol.

## 6. Digital Payment Berpengaruh Secara Tidak Langsung terhadap Perilaku Konsumtif dengan Dimediasi oleh Gaya Hidup (H<sub>6</sub>)

Berdasarkan hasil analisis *bootstrapping*, pengaruh tidak langsung *digital payment* terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup menunjukkan hasil yang positif dan signifikan, dengan nilai path coefficient sebesar 0,366, t-statistic sebesar 8,016, dan p-value sebesar 0,000 (< 0,05). Nilai confidence interval 95% berada pada rentang 0,277 hingga 0,456 dan tidak melewati angka nol, sehingga memperkuat signifikansi pengaruh mediasi tersebut. Selain itu, nilai Upsilon v sebesar 0,607 menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung melalui gaya hidup memiliki kontribusi yang dominan, sehingga gaya hidup berperan sebagai mediator parsial dengan kekuatan mediasi yang kuat. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa gaya hidup memediasi pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dapat diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), di mana persepsi individu terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat penggunaan teknologi (*perceived usefulness*) membentuk sikap positif terhadap aktivitas yang terkait teknologi tersebut. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas yang ditawarkan *digital payment* membuat transaksi menjadi lebih praktis, sehingga mendukung gaya hidup modern yang serba cepat dan efisien. Gaya hidup semacam ini mendorong individu untuk lebih aktif dalam melakukan pembelian, mengikuti tren terbaru, dan memenuhi kebutuhan konsumtif secara lebih impulsif.

Hasil ini pun di dukung dengan penelitian sebelumnya oleh Ihsan dkk. (2023) dan Phytaloka dkk. (2025) yang menyimpulkan bahwa gaya hidup mampu memediasi pengaruh *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. Artinya, dampak penggunaan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif tidak selalu terjadi secara langsung, melainkan dapat berlangsung melalui pembentukan gaya hidup baru. Sebagai variabel mediasi, gaya hidup dapat memperkuat atau justru mengurangi pengaruh *digital payment* terhadap kecenderungan konsumtif. Selain itu, gaya hidup modern yang terbentuk juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis, seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, serta dorongan untuk mempertahankan citra diri. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi tidak hanya sekadar mempermudah transaksi, tetapi juga membentuk sikap dan nilai individu terhadap konsumsi, yang kemudian berdampak pada pola perilaku finansial mereka secara keseluruhan. Dengan demikian, penggunaan *digital payment* tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga memengaruhi pengelolaan uang, penentuan prioritas, dan gaya hidup, sehingga gaya hidup menjadi jembatan antara teknologi dan perilaku konsumtif.

Penggunaan *digital payment* oleh mahasiswa menjadi perhatian karena kelompok ini masih dalam tahap pembentukan kebiasaan dan pengelolaan keuangan pribadi. Tanpa literasi keuangan yang memadai, kemudahan transaksi digital dapat mendorong gaya hidup modern yang praktis dan cepat, meningkatkan perilaku konsumtif. Sebaliknya, mahasiswa yang menggunakan *digital payment* secara bijak cenderung memiliki gaya hidup lebih terkontrol, sehingga perilaku konsumtif berkurang. Dalam penelitian ini, gaya hidup berperan sebagai variabel mediasi, menunjukkan bahwa cara mahasiswa memanfaatkan *digital payment* memengaruhi pola hidup dan kebiasaan konsumsi mereka.

## 7. Literasi Keuangan Berpengaruh Secara Tidak Langsung terhadap Perilaku Konsumtif dengan Dimediasi oleh Gaya Hidup (H<sub>7</sub>)

Berdasarkan hasil pengujian, pengaruh tidak langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup menunjukkan hubungan negatif dan signifikan, dengan nilai path coefficient sebesar -0,067, t-statistic sebesar 2,522, dan p-value sebesar 0,012 (< 0,05). Confidence interval 95% berada pada rentang -0,118 hingga -0,018 dan tidak melewati angka nol, sehingga memperkuat signifikansi pengaruh mediasi tersebut. Nilai Upsilon v sebesar 0,396 mengindikasikan bahwa pengaruh tidak langsung melalui gaya hidup berada pada tingkat sedang, sehingga gaya hidup berperan sebagai mediator parsial dengan kekuatan mediasi sedang. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa gaya hidup memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dapat diterima.

Peran gaya hidup sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991). Dalam teori ini, perilaku individu dipengaruhi oleh intention, yaitu niat untuk bertindak, yang terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavioral control*. Literasi keuangan berperan dalam membentuk *attitude* yang lebih rasional terhadap pengelolaan keuangan serta meningkatkan *perceived behavioral control* individu dalam mengendalikan keputusan finansial. Sikap dan kontrol diri tersebut kemudian tercermin dalam gaya hidup yang lebih teratur dan tidak berlebihan. Gaya hidup ini menjadi wujud dari intention untuk berperilaku bijak secara finansial, sehingga pada akhirnya dapat menekan perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif atau mengikuti tren konsumsi yang tidak sesuai dengan kemampuan keuangan.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya, yaitu penelitian Phytaloka dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup terbukti memiliki peran penting sebagai variabel penghubung antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Berbagai temuan penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan mendorong individu untuk membentuk pola hidup yang lebih bertanggung jawab, yang pada akhirnya mampu menekan kecenderungan perilaku konsumtif. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Sutarmi dkk. (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga memberikan pengaruh tidak langsung terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup. Dengan demikian, gaya hidup berperan penting dalam menjembatani hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Mahasiswa, sebagai kelompok usia muda yang sedang menuju kedewasaan, sering menjadi target berbagai promosi konsumtif, baik melalui media sosial, iklan digital, maupun budaya popular. Dengan tingkat literasi keuangan yang baik, mereka akan lebih mampu menilai risiko dan manfaat setiap keputusan finansial, menetapkan prioritas pengeluaran, menghindari pemborosan, serta membangun kebiasaan menabung dan berinvestasi. Dalam konteks ini, gaya hidup berperan sebagai variabel mediasi yang penting

antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Peningkatan literasi keuangan tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi secara langsung, tetapi juga melalui pembentukan gaya hidup yang lebih bijak dan pengelolaan keuangan yang sehat. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi lembaga pendidikan dan pemerintah daerah dalam merancang program literasi keuangan, sehingga generasi muda dapat tumbuh tidak hanya cerdas secara akademis, tetapi juga bijak secara finansial.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital payment* dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui gaya hidup pada Mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk memperoleh gambaran empiris mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti. Adapun kesimpulan penelitian ini disusun berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dengan fokus pada arah pengaruh dan signifikansi masing-masing hubungan yang dirangkum sebagai berikut:

1. *Digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan *digital payment*, maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa juga semakin meningkat.
2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Artinya, peningkatan literasi keuangan mampu menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Semakin tinggi gaya hidup yang berorientasi pada tren dan konsumsi, semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa.
4. *Digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Penggunaan *digital payment* mendorong terbentuknya gaya hidup yang lebih praktis, modern, dan berorientasi pada kemudahan.
5. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa FEB UNJ angkatan 2021. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki gaya hidup yang lebih terkontrol dan tidak berlebihan.
6. *Digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup mampu memperkuat pengaruh *digital payment* terhadap meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa.
7. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup sebagai variabel mediasi. Gaya hidup berperan sebagai perantara yang menjelaskan bagaimana literasi keuangan dapat menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

## **Implikasi**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **Implikasi Teoritis**

Hasil analisis menunjukkan beberapa indikator dengan nilai tertinggi pada setiap variabel yang memiliki makna penting untuk pengembangan teori dan menjadi dasar implikasi teoritis berikut:

1. Pada variabel Perilaku Konsumtif, indikator "Tertarik karena kemasan yang menarik" menempati nilai tertinggi pada rata-rata butir pernyataan (3,98) sehingga dapat disimpulkan bahwa tampilan produk memiliki dampak signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa dan perlu dipertahankan sebagai faktor utama dalam analisis perilaku konsumtif.
2. Pada variabel *Digital Payment*, indikator "*Perceived usefulness* (manfaat yang dirasakan)" memiliki nilai tertinggi pada rata-rata butir pernyataan (4,11) menandakan bahwa mahasiswa menilai *digital payment* sebagai layanan yang sangat bermanfaat sehingga manfaat tersebut memberikan konsekuensi penting dalam mendukung adopsi teknologi secara optimal.
3. Pada variabel Literasi Keuangan, indikator "*Sikap Keuangan (Financial Attitude)*" memperoleh nilai tertinggi pada rata-rata butir pernyataan (3,48) yang menunjukkan bahwa sikap positif terhadap pengelolaan keuangan memiliki pengaruh kuat dalam membentuk literasi keuangan sehingga indikator ini sebaiknya tetap dijaga.
4. Pada variabel Gaya Hidup, indikator "*Interest (minat)*" memiliki nilai tertinggi pada rata-rata butir pernyataan (3,70) sehingga dapat diartikan bahwa minat mahasiswa menjadi faktor penting yang mendorong gaya hidup dan memengaruhi perilaku konsumtif dan aspek ini perlu diperhatikan dalam analisis gaya hidup.

#### **Implikasi Praktis**

Berdasarkan hasil penelitian, temuan ini memberikan kontribusi teoretis sekaligus implikasi praktis bagi perguruan tinggi, keluarga, pembuat kebijakan, dan industri keuangan digital, yang dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Bagi Perguruan Tinggi (khususnya FEB UNJ)

Bagi perguruan tinggi, khususnya FEB UNJ, penelitian ini menekankan pentingnya meningkatkan literasi keuangan mahasiswa untuk menekan perilaku konsumtif. Perguruan tinggi dapat mengintegrasikan materi literasi keuangan ke dalam kurikulum maupun melalui seminar, pelatihan, dan workshop, serta mendorong gaya hidup mahasiswa yang seimbang dan konsumsi bijak di era *digital payment*. Upaya ini diharapkan dapat membentuk kebiasaan finansial yang sehat dan berkelanjutan bagi mahasiswa.

##### 2. Bagi Keluarga

Bagi keluarga, penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berperan penting dalam membentuk kebiasaan dan sikap keuangan mahasiswa. Keluarga diharapkan menanamkan nilai pengelolaan keuangan sejak dulu, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan, membiasakan perencanaan anggaran, serta mengawasi pola pengeluaran anak. Dukungan dan edukasi dari keluarga dapat membantu mahasiswa membangun gaya hidup terkontrol dan mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif meskipun berada dalam lingkungan yang mudah diakses layanan *digital payment*.

##### 3. Bagi Kebijakan dan Industri Keuangan Digital

Bagi pembuat kebijakan dan industri keuangan digital, penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan bertanggung jawab dalam pengembangan dan promosi layanan *digital payment*. Penyedia layanan sebaiknya tidak hanya menonjolkan kemudahan dan promosi, tetapi juga menyediakan fitur pengendalian keuangan dan edukasi literasi keuangan. Pemerintah dapat menggunakan temuan ini sebagai dasar merancang kebijakan dan program literasi keuangan bagi mahasiswa agar teknologi keuangan digital bermanfaat tanpa mendorong perilaku konsumtif.

## Rekomendasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka rekomendasi yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel Perilaku Konsumtif, indikator "Belanja untuk menunjukkan status sosial" memiliki nilai terendah (3,69), sehingga disarankan memberi edukasi agar mahasiswa membeli berdasarkan kebutuhan, bukan gengsi.
2. Pada variabel *Digital Payment*, indikator "Social influence (pengaruh sosial)" memiliki nilai terendah (3,88), sehingga disarankan meningkatkan edukasi atau kampanye *peer-to-peer* untuk memanfaatkan pengaruh sosial dalam adopsi digital payment.
3. Pada variabel Literasi Keuangan, indikator "Perilaku Keuangan (*Financial Behaviour*)" memiliki nilai terendah (3,42), sehingga disarankan memberikan pelatihan atau workshop untuk mendorong praktik nyata pengelolaan keuangan.
4. Pada variabel Gaya Hidup, indikator "Activity (tindakan nyata)" memiliki nilai terendah (3,67), sehingga disarankan mendorong mahasiswa mewujudkan minat dalam kegiatan positif agar gaya hidup seimbang dan tidak konsumtif.
5. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek dan subjek, tidak hanya mahasiswa FEB UNJ angkatan tertentu, tetapi juga fakultas, universitas, atau wilayah lain agar hasil lebih general.
6. Penelitian mendatang dapat menambahkan variabel lain yang memengaruhi perilaku konsumtif, seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, kontrol diri, kondisi ekonomi keluarga, atau sikap terhadap risiko, untuk pemahaman lebih komprehensif.
7. Topik serupa dapat dikaji dengan metode atau teknik analisis berbeda agar sudut pandang penelitian lebih kaya dan pemahaman perilaku konsumsi mahasiswa lebih kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Abidzar, M., Idriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompet digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, VII(2018), 153–163.
- Adriani, & Yuniar, V. (2023). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Kinerja Keuangan Pada UMKM Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Ekonomi Bisnis, Manajemen Akuntansi*, 6(2), 1–10. <https://jurnal.stie-lpi.ac.id/index.php/neraca>
- Adzim, K. F., & Munawaroh. (2025). Optimalisasi Penerapan Sistem Pembayaran Digital Melalui QRIS Pada Street Food Stadion Mulana Yusuf di Banten Universitas Bina Bangsa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 338–351. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i2.3842>
- Afrilia, V., Zulaihati, sri, & Respati, D. K. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(3), 820–835. <https://doi.org/10.63822/wc1rgt34>
- Ahsan, M. N. (2024). Dampak Positif Implementasi Virtual Account Santri di Pesantren. *Management of Education: Manajemen Pendidikan Islam*, 10(2), 108–115. <https://jurnal.uin>

antasari.ac.id/index.php/moe

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Alfathi, B. R. (2025, April 14). *Penggunaan QRIS terus meningkat, nominal transaksi capai Rp659 triliun*. GoodStats Data. Retrieved July 2, 2025, from <https://data.goodstats.id/statistic/penggunaan-qris-terus-meningkat-nominal-transaksi-capai-rp659-triliun-cc2r8>

Ananda, N. A., Ady, S. U., & Sayidah, N. (2024). The Role of Financial Literacy and Self-Control in Managing Students' Consumptive Behavior with PayLater Usage Decisions as a Mediating Variable. *SINOMICS JOURNAL*, 3(5), 1355–1366. <https://doi.org/10.54443/sj.v3i5.420> ability

Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>

Antoro, B. (2024). Jurnal multidisiplin sosial humaniora. *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora, I(ANALISIS PENERAPAN FORMULA SLOVIN DALAM PENELITIAN ILMIAH: KELEBIHAN, KELEMAHAN, DAN KESALAHAN DALAM PERSPEKTIF STATISTIK)*, 53–63.

Ardiyanti, N. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Akses Paylater, dan Keinginan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi S1, Universitas Muhammadiyah Metro.

Aseng, A. C., & Pandeirot, L. B. (2023). E-Wallet Attractiveness among Generation Z during the COVID-19 Pandemic. *CogITO Smart Journal*, 9(1), 84–96. <https://doi.org/10.31154/cogito.v9i1.445.84-96>

Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Population and Sampling (Quantitative), and Selection of Key Informants (Qualitative) in a Practical Approach. In *Jurnal Pendidikan Tambusai* (Vol. 7, Issue 3).

Auskarni. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1–7.

Badan Pusat Statistik. (2025, 10 Oktober). Pengeluaran untuk konsumsi penduduk Indonesia Maret 2025. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

<https://www.bps.go.id/id/publication/2025/10/10/755ea866289ba29e5104e58d/pengeluaran-untuk-konsumsi-penduduk-indonesia-maret-2025.html>

Bermeo-Giraldo, M. C., Valencia-Arias, A., Palacios-Moya, L., & Valencia, J. (2023). Adoption of Fintech Services in Young Students: Empirical Approach from a Developing Country. *Economies*, 11(9), 0–19. <https://doi.org/10.3390/economies11090226>

Bougie, R., & Uma Sekaran. (2019). *Research methods for business: A skill building approach*. New York, US: John Wiley & Sons Inc.

Chelvarayan, A., Yeo, S. F., Hui Yi, H., & Hashim, H. (2022). E-Wallet: A Study on Cashless Transactions Among University Students. *F1000Research*, 11, 687. <https://doi.org/10.12688/f1000research.73545.1>

Chen, H, dan Volpe, R.P. (1998) *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students* 7 (2). 107-128. JAI Press.Inc

Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 319-40.

- Dev, H., Gupta, R., & Kumar, D. (2024). From Cash to Cashless: UPI's Impact on Spending Behavior among Indian Users. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings* (Vol. 1, Issue 1). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613905.3651050>
- 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>
- Din, S. C., Majid, A. A., Rashid, N. A., & ... (2023). The Relationship between Financial Literacy, Lifestyle Choices, and Social Influence on Spending Behavior Among Students at Higher Learning Institutions Malaysia. *Advances in Business Research International Journal*, 9(1), 41–48. <https://myjms.mohe.gov.my/index.php/ABRIJ/article/view/24362>
- Dinanti, H. A., & Nesneri, Y. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Penggunaan Dompet Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kota Surabaya. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275. <http://eprints.perbanas.ac.id/12267/0Ahttp://eprints.perbanas.ac.id/12267/16/BAB II.pdf>
- Dinas Dukcapil DKI Jakarta. (2025). *Dashboard Dariku Untukmu – Data Kependudukan Bersih*. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi DKI Jakarta. <https://kependudukancapil.jakarta.go.id/darikuuntukmu/>
- Ervandy Kurniawan, Syafira Sardini, Catur Hayati Wulandari, & Purnama Ramadhani Silalahi. (2022). Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(1), 234–247. <https://doi.org/10.55606/mri.v1i1.653>
- Fahma, V., Azhari, T., Sufarhan, A., & Ansori, A. (2024). Efektivitas Pembayaran Digital: Keunggulan, Tantangan, dan Solusi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 02(02), 1174–1180.
- Fikri, A. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAY SEBAGAI DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB USU*. 17(2), 1–11.
- Fitriyani, I., Elly Karmeli, Usman, & Kamaruddin. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal TAMBORA*, 7(3), 73–79. <https://doi.org/10.36761/tambora.v7i3.3444>
- Gosal, M. A., & Linawati, N. (2018). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior*. 23, 455–465.
- Hafiza, N., Gunawan, M. W., Anggreani, P., Margfirah, A., & Putri, A. R. (2024). Analisis Literasi Penggunaan Uang Elektronik Sebagai Alat Pembayaran Bagi. *Inovasi Makro Ekonomi*, 6(3), 121–127. <https://journalpedia.com/1/index.php/ime>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hana, C. (2021). Evaluasi Penerapan Sistem Pengendalian Intern Penerimaan Kas Melalui Virtual Account Pada Universitas Kahuripan Kediri. *Ekuivalensi : Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1), 165–174.
- Hasanah, N. F. M., Anggraini, D., Febrian, H., & Sholihin, A. (2023). Implementasi Technology Acceptance Model dalam Penggunaan E-Money Terhadap Minat Menggunakan E-Money Dengan Pengaruh Resiko Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah*

- Ekonomi Islam*, 9(02), 2520–2530. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8994>
- Hayati, S. N. S., Rusdiana, & Malihah, L. (2023). Pengaruh Digital Payment dan Promosi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAI Darussalam Martapura. *BISEI : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 8(2), 123–134. <https://doi.org/10.33752/bisei.v8i2.5152>
- Ihsan, T., Sariwulan, T., & Nikensari, I. (2023). The Effect of The Use of E-wallet and Economic Literacy on Consumptive Behavior with a Hedonic Lifestyle as an Intervening Variable in Economics Faculty Students of the State University of Jakarta (A Case Study in the Class of 2020). *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran Dan Akuntansi*, 1–25. <http://pub.unj.ac.id/index.php/jpepa>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Irhamni, M. A. F. (2024, Oktober 20). *Nilai transaksi transfer uang elektronik Indonesia capai Rp303 triliun di 2024*. GoodStats Data. Retrieved Mei 2, 2025, from <https://data.goodstats.id/statistic/nilai-transaksi-transfer-uang-elektronik-indonesia-capai-rp303-triliun-di-2024-ghdmG>
- Karim, L. M. (2023). *Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*. Skripsi S1, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
- Karim, M. F., Hafid, R., Ardiansyah, A., Mahmud, M., & Bahsoan, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Angkatan 2019 Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(4), 1347. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i4.1406>
- Khairunnisah, N. A., Alfarisi, M. S., Azim, M., Supandi, & Sutiadi. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan dalam Manajemen Finansial. *Journal of Public Sector Financial Management*, 1(1), 7–13.
- Kotler, P., & Ketler, K. L. (2016). *Marketing management* (15<sup>th</sup> ed). Pearson Education.
- Lachowicz, M. J., Preacher, K. J., & Kelley, K. (2018). A novel measure of effect size for mediation analysis. *Psychological Methods*, 23(2), 244–261. <https://doi.org/10.1037/met0000165>
- Lestari, E., Masela, M. Y., Narew, I., & Nifanngeljau, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Pribadi Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 856–866. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1186>
- Lorenza, R. Y., & Lestari, S. (2023). KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS SEBAGAI PREDIKTOR PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA YANG BERBELANJA DI E-COMMERCE. *Psycho Idea*, 21(1), 1–12.
- Manurung, J. J., & Manurung, A. H. (2009). *Ekonomi keuangan dan kebijakan moneter* (Cetakan pertama). Salemba Empat.
- Marikyan, D., & Papagiannidis, S. (2025). Technology Acceptance Model: A Review. In S. Papagiannidis (Ed.), *TheoryHub Book*.
- Martin, T. (2022). A Literature Review on The Technology Acceptance Model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(11), 2222–6990. <https://doi.org/10.6007/IJARBSS>
- Masrukhan, M., Afifa, F. N., Nabila, S., & Nurdianto, F. A.-Z. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*,

- 2(6), 32–43. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i6.978>
- Monticone, C. (2010). Financial Literacy and Financial Advice Theory and Empirical Evidence. *Universit`a Degli Studi Di Torino*, 19(04), 118.
- Muawaliyah, W., & Saifuddin, A. (2023). Consumptive Behavior in Female University Students: Qana'ah and Hedonic Lifestyle as Predictors. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 6(1), 70–82. <https://doi.org/10.25217/igcj.v6i1.3241>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Kunci:, K., Budaya, F., Sosial, F., Pribadi, F., Psikologi, F., Sistem, D., & Uang, P. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Sistem Pembayaran Uang Digital (Studi Pada Pengguna Ovo Di Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 175–184.
- Naqiah, Z., Itang, & Sunardi, D. (2019). Perspektif islam tentang pengaruh kepribadian dan gaya hidup terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Uin Banten*, 20(2), 185
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Nisak, M., & Sulistyowati, T. (2022). Gaya hidup konsumtif mahasiswa dalam trend fashion (studi kasus mahasiswa jurusan manajemen Universitas Islam Lamongan). *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 4(2), 86–96. <https://scholarhub.ui.ac.id/jsh/vol4/iss2/3>
- Nova, M. K. F. D., & Susilawati, E. (2022). Is Consumptive Behavior Effected by Lifestyle and Conformity? Study at Fashion Community in Sukabumi. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 2(2), 146–156. <https://doi.org/10.34010/jemba.v2i2.8190>
- Odina, N. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening*. Skripsi S1, UIN Raden Fatah Palembang.
- OECD. (2018). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013, Oktober 1). *Literasi keuangan*. Diakses pada 20 Mei 2025, dari <https://www.ojk.go.id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025, Mei 2). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. Diakses pada 11 Desember 2025, dari <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx>
- Paramita, B. L., & Paramita, V. S. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Financial Planning on Consumptive Behavior In Millennials and Generation Z. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>
- Phytaloka, A. D., Norisanti, N., & Nurmala, R. (2025). the Effect of Financial Literacy and Income on Consumptive Behavior With Financial Behavior As an Intervening Variable on Gamers in Palangka Raya City. *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 6(4), 2789–2809. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i4>
- Pospos, A. fadillah F., Fiteri, M., & Hamid, A. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Belanja Online Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jubima: Jurnal Biintang Manajemen*, 1(1), 347–356. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1280>
- Pratminingsih, S. A., Hayati, N., Sukandi, P., Rahmayanti, R., Sujai, R. A. D. A., & Akbar, Y. K. (2021).

- The Influence of Lifestyle, Hedonic Motivation, And Sales Promotion on Impulse Buying. *Review of International Geographical Education (RIGEO)*, 11(6), 705– 713. <https://doi.org/10.48047/rigeo.11.06.87>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Alfabeta.
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP BELANJA ONLINE SEBAGAI KEBUTUHAN ATAU KAH GAYA HIDUP. *Jesya*, 6(2), 2152–2166. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1175>
- Puspitasari, S., Suryawati, R. F., & Eriani, I. D. (2023). The Effect of Electronic Payment Instruments on the Lifestyle of the Millennials in the Jabodetabek. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 7(1), 87–103. <https://doi.org/10.20473/tijab.v7.i1.2023.44342>
- Putu, G. B. P., & Kusuma, P. S. A. (2024). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Gaya Hidup. *Akuntansi '45*, 5(2), 52–62.
- Rabbani, F. R., Zaidaan, A., Wicaksono, R., Rakhmawati, S., & Yunita, E. (2024). Pengaruh Adanya Kemudahan Bertransaksi dengan Menggunakan E-wallet terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Manajemen Angkatan 2023 FEB Unnes. *Jurnal Angka (Rumpun Teknik, Matematika, Dan Ilmu Pengetahuan Alam)*, 1(2), 249–264. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/angka>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Reynaldi, B. (2024, Juli 24). 96% masyarakat Indonesia sudah menggunakan e-wallet. GoodStats Data. Retrieved Mei 2, 2025, from <https://data.goodstats.id/statistic/96-masyarakat-indonesia-sudah-menggunakan-e-wallet-itxlc>
- Rianita, G., & Fasa, M. I. (2024). ANALISIS MANFAAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING SEBAGAI ALAT PEMBAYARAN DIGITAL ANALYSIS OF THE BENEFITS OF USING MOBILE BANKING AS A. November, 7647–7652.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). PENGARUH DIGITAL PAYMENT TERHADAP PERILAKU KONSUMEN Pengguna Platform Digital Payment OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 16(1), 107–126. <https://doi.org/10.33369/insight.16.1>
- Salamah, U., Sadiah, A., & Aiyah, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology Dan Pengelolaan Keuangan Pribadi Terhadap Gaya Hidup. *Jurnal Sains Student Research*, 3(1), 367–380.
- Salsabila, F., Susanti, V., & Ermawati, L. (2024). Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam serta dalam perkembangan zaman yang semakin modern . Berkembangnya bisnis financial melalui. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(4), 71–91. <https://doi.org/10.59841/jureksi.v2i4.1909>
- Sayyida. (2023). STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM) WITH SMARTPLS IN SOLVING PROBLEMS IN THE ECONOMIC SECTOR Sayyida. *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 4.
- Sugianto, B. J., & Erdiansyah, R. (2020). *The Effect of Brand Image and Social Environment on*

- Consumptive Behavior and Its Implications for the Performance Working of Young Workers in Jakarta.* 439, 334–340. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.060>
- Sukmawati, H., Joni, Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1845–1857. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jiedoi> <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- Sultan, R. R., Haryanti, T., & Kurniawati, L. (2019). Analisis Technology Acceptance Model Generasi Millenial Jakarta Terhadap Penggunaan E-Money. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 15(1), 133–140. <https://doi.org/10.33480/pilar.v15i1.405>
- Sutarmin, Maulida, S., Sugiyanto, & Budiarti, W. (2023). Financial Literacy and Financial Attitude Analysis Lifestyle-Mediated on Shopee Consumer Consumptive Behavior in Generation Z. *The Journal of Management Theory and Practice (JMTP)*, 4(2), 47–53. <https://doi.org/10.37231/jmtp.2023.4.2.370>
- Thamrin, H., & Achiruddin, A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 1–14. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01>
- Tian, Y., Chan, T. J., Suki, N. M., & Kasim, M. A. (2023). Moderating Role of Perceived Trust and Perceived Service Quality on Consumers' Use Behavior of Alipay e-wallet System: The Perspectives of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023. <https://doi.org/10.1155/2023/5276406>
- Tombeg, J. G. A. H. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Mahasiswa Yang Berasal Dari Minahasa. *Psikopedia*, 2(2), 115–122. <https://doi.org/10.53682/pj.v2i2.1549>
- Usman, B., Rianto, H., & Aujirapongpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2025.100319>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(4), 366–378. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>
- Wowor, C. A. S., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058–1068.
- Wulandari, D., Muftiyanto, R. T. N., & Suyatno, A. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surakarta. *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 230–239. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i3.1155>
- Yunita, I., Lubis, F. A., Aslami, N., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3(2), 332. <https://doi.org/10.47233/jebs.v3i2.865>