



Berilmu Tapi Boros: Paradox Literasi Keuangan Mahasiswa Digital Native

Hamzah

Universitas Nahdlatul Ulama Kalimantan Barat, Indonesia

E-mail: hamazahtawilht@gmail.com

Article Info	Abstract
Article History Received: 2024-10-11 Revised: 2024-11-27 Published: 2024-12-28 Keywords: <i>Financial Literacy;</i> <i>Consumptive Behavior;</i> <i>Fintech;</i> <i>Students;</i> <i>Digital Era.</i>	This study aims to analyze the influence of financial literacy on students' consumptive behavior in the digital era, considering the mediating role of financial technology (fintech) usage. The research is motivated by the increasing prevalence of e-wallets, paylater services, and online lending applications among university students, often without adequate financial understanding. Using a quantitative explanatory approach, data were collected through surveys from 100 students in Pontianak City using purposive sampling. Data analysis was conducted with SPSS 24 and WarpPLS 6.0. The results indicate that financial literacy has a significant negative effect on students' consumptive behavior. Moreover, fintech usage partially mediates the relationship between financial literacy and consumptive tendencies. These findings highlight the urgent need for digital-based financial education to develop students who are not only tech-savvy but also financially wise.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2024-10-11 Direvisi: 2024-11-27 Dipublikasi: 2024-12-28 Kata kunci: <i>Literasi Keuangan;</i> <i>Perilaku Konsumtif;</i> <i>Fintech;</i> <i>Mahasiswa;</i> <i>Era Digital.</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, dengan mempertimbangkan peran mediasi penggunaan layanan keuangan digital (fintech). Latar belakang penelitian ini didasarkan pada maraknya penggunaan e-wallet, paylater, dan aplikasi pinjaman online di kalangan mahasiswa yang sering kali tidak diiringi dengan pemahaman keuangan yang memadai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei kepada 100 mahasiswa di Kota Pontianak yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS 24 dan WarpPLS 6.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penggunaan fintech memediasi secara parsial hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan keuangan berbasis digital untuk membentuk mahasiswa yang tidak hanya melek teknologi tetapi juga bijak secara finansial.

I. PENDAHULUAN

Wilayah Indonesia saat ini mengalami percepatan digitalisasi yang signifikan di berbagai sektor, termasuk sektor keuangan. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga meluas hingga ke daerah dengan akses internet yang semakin membaik. Mahasiswa sebagai generasi *digital-native* merupakan pengguna aktif layanan teknologi keuangan (*fintech*) seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan aplikasi pinjaman online yang menawarkan berbagai kemudahan bertransaksi. Studi menunjukkan bahwa *e-wallet* dan *e-commerce* secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa (Oktaviani et al., 2023; Putri & Indriastuti, 2025). Kemudahan transaksi digital memicu keputusan impulsif dalam konsumsi, didorong oleh diskon, promosi, dan kecepatan pembayaran (Asmara & Kurnia, 2024; Moehadi et al., 2023). Ulum (2024)

menegaskan bahwa gaya hidup digital dan kemudahan akses *e-wallet* memperkuat pola konsumsi tidak terkendali di kalangan milenial, sementara Sorongan & Fannisa (2025) menunjukkan bahwa bahkan *fintech* syariah tidak lepas dari pengaruh terhadap pengelolaan konsumsi. Selain itu, Aditya (2023) mengonfirmasi bahwa mahasiswa Indonesia adalah pengguna aktif *e-wallet* yang sangat dipengaruhi oleh digitalisasi keuangan, dan Pramadita (2021) membuktikan bahwa kenyamanan fitur *e-wallet* seperti Dana mendorong minat penggunaan ulang di kalangan mahasiswa.

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology/fintech*) di era digital memberikan dampak ganda bagi kehidupan ekonomi mahasiswa. Di satu sisi, teknologi ini memberikan efisiensi dan kenyamanan, namun di sisi lain juga dapat memicu keputusan

konsumsi yang tidak rasional akibat lemahnya pemahaman terhadap konsep pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini diperkuat oleh temuan Rumbik & Kurniawan (2024) yang mengungkapkan bahwa mahasiswa generasi Z kerap menunjukkan perilaku impulsif saat menggunakan digital payment akibat rendahnya literasi keuangan. Penggunaan *e-wallet* dengan fitur *cashback* dan promo diskon semakin memperbesar peluang pembelian impulsif, sebagaimana ditunjukkan oleh Putri & Indriastuti (2025), Hayati & Malihah (2023), dan Nurrohyani & Sihalo (2020). Menurut Maharani & Fasa (2025), kemudahan teknologi seperti e-money berdampak langsung pada perilaku konsumtif mahasiswa dalam proses pengambilan keputusan. Bahkan, literasi keuangan terbukti memainkan peran penting dalam membatasi pengaruh negatif *fintech* terhadap konsumsi impulsif, sebagaimana dikemukakan oleh Haqi & Trisnaningih (2025), Rospianita et al. (2025), dan Saren (2025). Rendahnya literasi keuangan juga berkorelasi dengan meningkatnya pola konsumsi berlebihan dalam konteks *cashless society*, sebagaimana diulas oleh Erininda (2023) dan Abdillah (n.d.).

Mahasiswa sebagai kelompok produktif dan calon pengambil kebijakan di masa depan, seyogianya dibekali dengan literasi keuangan yang memadai agar dapat membuat keputusan keuangan yang rasional dan strategis. Literasi keuangan bukan hanya mencakup kemampuan berhitung dan membuat anggaran, tetapi juga menyangkut keterampilan dalam merencanakan, mengontrol, dan mengevaluasi keuangan pribadi jangka panjang secara sadar. Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2022 tercatat sebesar 49,68%, yang mencerminkan perlunya penguatan edukasi finansial secara lebih intensif (Ridwan et al., 2022). Literasi keuangan yang rendah terbukti memengaruhi manajemen keuangan mahasiswa, terutama dalam mengatur pengeluaran, menabung, dan mengambil keputusan investasi kecil (Putri & Sumiari, 2021). Selain itu, pengelolaan keuangan pribadi yang efektif dapat mencegah mahasiswa dari risiko finansial jangka panjang, seperti utang konsumtif dan pemborosan (Hariyani, 2022; Widiawati, 2020). OJK juga aktif dalam mengembangkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) melalui berbagai kampanye edukatif dan inklusi keuangan berbasis digital guna menanamkan kebiasaan finansial yang sehat sejak usia

mahasiswa (Yushita, 2017; Waluyo & Marlina, 2019).

Permasalahan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital semakin kompleks akibat pengaruh faktor eksternal seperti promosi agresif dari *platform e-commerce*, iklan digital berbasis algoritma, serta tren gaya hidup konsumtif yang meluas melalui media sosial. Mahasiswa generasi Z, yang sangat terhubung dengan internet dan konten digital, lebih mudah terpapar dorongan konsumsi dari iklan bertarget dan tren online (Rahmi et al., 2024; Saputra & Wala, 2024). Iklan yang dipersonalisasi dan fitur instan pada aplikasi belanja online seperti Shopee, TikTok Shop, dan *e-wallet* terbukti meningkatkan kecenderungan belanja impulsif (Hunaifi & Mauliana, 2024; Listyaningsih & Launi, 2024). Namun, tingginya akses terhadap layanan digital ini belum sebanding dengan kemampuan literasi keuangan mahasiswa, yang masih tergolong rendah (Sahabuddin & Azhari, 2025).

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk mengetahui apakah literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta bagaimana era digital turut memperkuat atau memoderasi hubungan antara keduanya. Penelitian oleh Ismawan & Pamungkas (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung tidak mampu menahan dorongan konsumsi yang berasal dari media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menelaah hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital sebagai landasan bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang kebijakan pembelajaran dan strategi edukasi keuangan yang lebih aplikatif dan berkelanjutan (Kulsum, 2023; Aryani et al., 2025).

Literasi keuangan menjadi fondasi penting dalam menciptakan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab, terutama di kalangan mahasiswa yang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung memiliki kendali lebih baik dalam pengeluaran dan pengambilan keputusan ekonomi. Namun, kenyataannya masih banyak mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif tinggi yang berujung pada masalah seperti utang konsumtif, ketergantungan terhadap layanan pinjaman online (*paylater*), hingga kesulitan menabung (Gayatri & Muzdalifah, 2021; Amaniyah & Sholeha, 2024). Ketidakmampuan dalam mengelola keuangan ini diperparah oleh gaya hidup digital dan kemudahan akses produk

keuangan instan seperti Shopee *Paylater* (Leonita & Wulandari, 2024).

Perilaku konsumtif, dalam konteks ini, dapat menjadi cerminan ketidakefisienan dalam manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Jika dibiarkan, kondisi ini akan berdampak jangka panjang pada kualitas sumber daya manusia secara nasional. Mahasiswa yang terbiasa dengan konsumsi impulsif tanpa pemahaman keuangan yang cukup berisiko terjatuh pinjaman online, bahkan dalam beberapa kasus dapat memicu permasalahan hukum atau keterpurukan finansial yang serius (Santoso et al., 2025; Alfiyansyah & Alamsyah, 2024). Oleh karena itu, strategi manajemen keuangan pribadi bagi mahasiswa menjadi urgensi yang setara pentingnya dengan strategi pengembangan SDM dalam korporasi.

Berpijak dari urgensi tersebut, penelitian ini memfokuskan pada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam merancang kebijakan strategis pendidikan tinggi, terutama dalam integrasi kurikulum edukasi finansial yang mampu membentuk generasi muda yang tidak hanya adaptif terhadap teknologi, tetapi juga cerdas secara finansial dan mandiri dalam pengambilan keputusan ekonomi sehari-hari (Pratiwi & Ni'am, 2023; Ramantara, 2023).

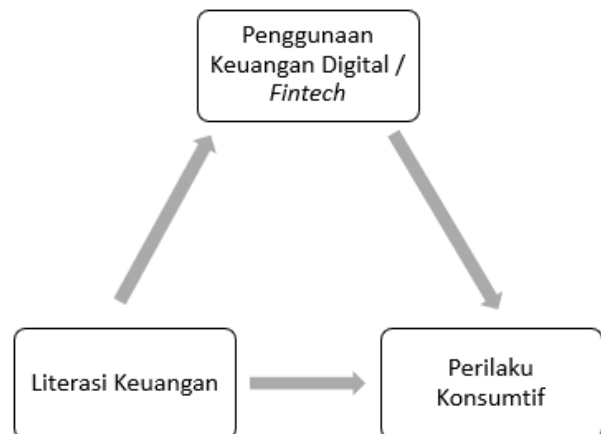
II. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di beberapa perguruan tinggi di Kota Pontianak. Karena jumlah populasi yang pasti tidak diketahui, maka teknik *purposive sampling* digunakan untuk memperoleh sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi secara maksimal. Dalam konteks penelitian ini, kriteria responden meliputi mahasiswa aktif minimal semester tiga, pengguna aktif layanan keuangan digital seperti *e-wallet* atau aplikasi *paylater*, serta telah melakukan transaksi online dalam tiga bulan terakhir. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa partisipan benar-benar memiliki pengalaman dan keterlibatan dalam perilaku ekonomi digital yang menjadi fokus penelitian. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian Putri & Indriastuti (2025), Ulum (2024), dan Al Farisyi (2024), yang menggunakan *purposive sampling* untuk menjangkau mahasiswa pengguna aktif *fintech*.

Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden, sebagaimana dilakukan dalam studi Agustin & Abidin (2022) dan Butar & Rachman (2024), yang menganggap sampel 100 mahasiswa cukup mewakili populasi dalam studi perilaku konsumtif berbasis digital. Penelitian ini bersifat kuantitatif eksplanatif dengan menggunakan pendekatan survei melalui kuesioner, sebagaimana juga digunakan dalam penelitian Salsabila (2023) dan Kholizah & Sulton (2025). Data yang dikumpulkan dari survei ini nantinya akan digunakan untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang menggunakan layanan digital keuangan di era digital.

Teknik analisis data menggunakan metode statistik untuk menguji masing-masing variabel yaitu:

- X (Literasi Keuangan),
- Z (Penggunaan Keuangan Digital/*Fintech*), dan
- Y (Perilaku Konsumtif).



Gambar 1. Model Analisis Jalur

Instrumen penelitian dikembangkan dari indikator yang telah divalidasi oleh penelitian terdahulu. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan dua perangkat lunak, yaitu SPSS versi 24.0 for Windows dan WarpPLS versi 6.0 for Windows. Program SPSS digunakan untuk analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, serta uji normalitas data. Sementara itu, WarpPLS digunakan untuk pengujian hipotesis melalui model Partial Least Square (PLS) regression.

Analisis ini meliputi perhitungan minimum, maksimum, rata-rata (mean), median, dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Distribusi karakteristik responden mencakup usia (17–25 tahun), jenis kelamin, tingkat pendidikan (S1), frekuensi penggunaan *e-wallet*,

dan jumlah pengeluaran konsumtif per bulan. Uji hipotesis dilakukan menggunakan pendekatan path analysis dengan model struktural yang kompleks, memanfaatkan program WarpPLS 6.0. Uji ini bertujuan untuk melihat hubungan langsung dan tidak langsung antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, dengan penggunaan *fintech* sebagai variabel mediasi.

Model penelitian ini mengajukan empat hipotesis utama. Hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hipotesis kedua (H2) menyatakan bahwa literasi keuangan juga berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan keuangan digital (*fintech*). Hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa penggunaan *fintech* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, hipotesis keempat (H4) menguji peran penggunaan *fintech* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa.

Untuk menguji efek mediasi *fintech* dalam model ini, digunakan pendekatan Variance Accounted For (VAF). Interpretasi VAF terbagi menjadi tiga kategori: jika nilai VAF lebih dari 80%, maka mediasi dianggap penuh (full mediation); jika berada pada rentang 20% hingga 80%, maka disebut mediasi parsial (partial mediation); sedangkan jika kurang dari 20%, maka tidak terdapat efek mediasi yang signifikan. Sebagai contoh, dalam model ini diperoleh koefisien jalur dari Literasi Keuangan ke *Fintech* sebesar 0,25 dan dari *Fintech* ke Perilaku Konsumtif sebesar 0,40, sehingga efek tidak langsungnya adalah 0,10. Sementara itu, pengaruh langsung Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif adalah -0,30. Total pengaruhnya menjadi $-0,30 + 0,10 = -0,20$, dan VAF dihitung sebagai $0,10 / 0,20 = 0,50$, yang menunjukkan bahwa *fintech* berperan sebagai pemediasi parsial.

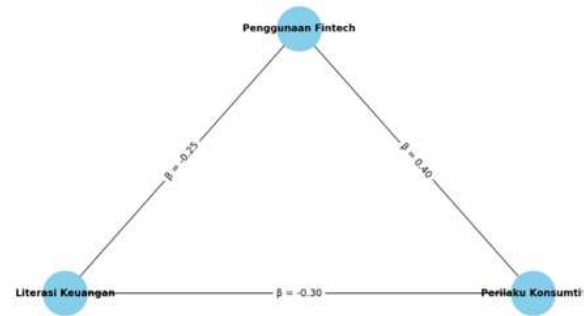
Dalam pengujian hipotesis, tingkat signifikansi yang digunakan adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, apabila nilai *p-value* yang diperoleh $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat hubungan signifikan antar variabel. Sebaliknya, jika *p-value* $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, menandakan tidak adanya hubungan yang signifikan dalam pengujian hipotesis tersebut.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan analisis Partial Least Square

(PLS) melalui program WarpPLS 6.0, diperoleh sejumlah temuan yang signifikan mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Berikut adalah diagram model jalur (path diagram) yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS).



Gambar 2. Model Jalur PLS Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Fintech* Sebagai Mediasi

Diagram ini juga mengilustrasikan bahwa Penggunaan *Fintech* berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Jalur pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan koefisien jalur (β) sebesar -0,30 dengan *p-value* 0,012, yang berarti hubungan ini signifikan secara statistik. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan juga terbukti berpengaruh negatif terhadap penggunaan layanan keuangan digital (*fintech*) dengan koefisien β sebesar -0,25 dan *p-value* 0,023, menunjukkan bahwa mahasiswa yang memahami prinsip-prinsip keuangan dengan baik cenderung lebih berhati-hati dan selektif dalam memanfaatkan *fintech* seperti *e-wallet* dan aplikasi *paylater*.

Tabel 1. Nilai Koefisien Jalur (Path Coefficient) dan *p-value*

Jalur Pengaruh	Koefisien Jalur (β)	<i>p-value</i>	Keterangan
Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	-0.30	0.012	Signifikan
Literasi Keuangan → Penggunaan <i>Fintech</i>	-0.25	0.023	Signifikan
Penggunaan <i>Fintech</i> → Perilaku Konsumtif	0.40	0.008	Signifikan

Sementara itu, jalur dari Penggunaan *Fintech* menuju Perilaku Konsumtif

menunjukkan arah hubungan yang positif dan signifikan, dengan koefisien β sebesar 0.40 dan p -value 0.008. Hal ini menunjukkan bahwa semakin intens mahasiswa menggunakan *fintech*, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi secara impulsif. Dalam hal ini, *fintech* menjadi salah satu pemicu utama pola konsumsi yang tidak rasional, terutama ketika dipengaruhi oleh kemudahan akses, promosi, dan sistem pembayaran instan.

Tabel 2. Uji Variance Accounted For (VAF)

	Hasil
<i>Indirect effect:</i>	
Literasi Keuangan \rightarrow <i>Fintech</i> \rightarrow Perilaku Konsumtif $= (-0.25) \times (0.40)$	-0.10
<i>Direct effect:</i>	
Literasi Keuangan \rightarrow Perilaku Konsumtif	-0.30
<i>Total effect:</i>	
$-0.30 + (-0.10)$	-0.40
VAF = $Indirect / Total = -0.10 / -0.40 = 0.25$	25%

Untuk menguji peran *fintech* sebagai variabel mediasi antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif, dilakukan perhitungan menggunakan pendekatan Variance Accounted For (VAF). Efek tidak langsung dari Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Fintech* dihitung sebesar -0.10 (hasil dari -0.25×0.40), sedangkan efek langsungnya adalah -0.30. Dengan demikian, total efeknya menjadi -0.40. Nilai VAF diperoleh dari perbandingan efek tidak langsung terhadap total efek, yakni $0.10/0.40 = 0.25$ atau 25%. Menurut kriteria mediasi yang berlaku, nilai VAF dalam rentang 20% hingga 80% menunjukkan adanya mediasi parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan *fintech* memediasi secara parsial hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Tabel 3. Nilai R-Square (R^2)

Variabel Endogen	R^2	Interpretasi
Penggunaan <i>Fintech</i> (Z)	0.063	6.3% variasi dijelaskan oleh Literasi Keuangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0.293	29.3% variasi dijelaskan oleh X dan Z

Nilai R-Square (R^2) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan mampu menjelaskan 6,3% variasi pada Penggunaan *Fintech*, sedangkan kombinasi Literasi Keuangan dan Penggunaan *Fintech*

menjelaskan 29,3% variasi dalam Perilaku Konsumtif. Dengan kata lain, sekitar sepertiga dari perubahan perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model.

Secara keseluruhan, seluruh jalur hubungan antar variabel dalam model menunjukkan hasil yang signifikan ($p < 0,05$). Temuan ini menguatkan bahwa literasi keuangan tidak hanya memiliki pengaruh langsung terhadap pengendalian konsumsi mahasiswa, tetapi juga berperan secara tidak langsung melalui penggunaan *fintech* yang justru berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, perlu adanya strategi pendidikan keuangan yang lebih adaptif terhadap realitas digital, agar mahasiswa tidak hanya meleak teknologi, tetapi juga bijak secara finansial dalam menghadapi transformasi ekonomi digital saat ini.

B. Pembahasan

1. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hipotesis pertama menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil pengujian menggunakan program WarpPLS 6.0 for Windows ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Pengujian Hipotesis H1

Variabel	Koefisien Jalur (β)	p -value	Effect Size	Kriteria	Hasil	Keterangan
Literasi Keuangan \rightarrow Perilaku Konsumtif	-0.30	0.012	0.112	$p < 0.05$	Signifikan	Diterima

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang secara statistik menghasilkan nilai koefisien jalur (β) sebesar -0.30 dengan tingkat signifikansi p -value 0.012, yang berarti lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan diterima.

Makna dari hasil ini adalah bahwa mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola pengeluaran dan menahan dorongan konsumsi impulsif. Mereka lebih memahami konsekuensi

finansial dari tindakan konsumtif, lebih terbiasa merencanakan keuangan, serta memiliki kesadaran terhadap prioritas kebutuhan dibandingkan keinginan. Dalam konteks ekonomi digital, di mana akses terhadap layanan keuangan digital dan promosi daring sangat mudah dijangkau, kemampuan literasi keuangan menjadi perisai penting untuk menjaga stabilitas keuangan pribadi mahasiswa.

Selain itu, nilai effect size sebesar 0.112 menandakan bahwa variabel literasi keuangan berkontribusi dalam menjelaskan sekitar 11,2% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun kontribusi ini tergolong sedang, hasil ini tetap menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk pola pengeluaran mahasiswa, terutama di tengah gempuran gaya hidup konsumtif yang diperkuat oleh media sosial dan layanan transaksi digital. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa menjadi langkah strategis dalam membangun generasi yang tidak hanya melek teknologi, tetapi juga cerdas secara finansial dan berdaya dalam mengambil keputusan ekonomi.

Temuan ini sejalan dengan teori Perencanaan Keuangan Perilaku (*Behavioral Finance Theory*) yang menyatakan bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam pengambilan keputusan ekonomi (Thaler & Sunstein, 2008). Studi sebelumnya oleh Haqi & Trisnainingsih (2025) dan Rospianita et al. (2025) juga menemukan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu menahan impuls belanja, terutama dalam konteks digital yang penuh godaan promosi.

Namun, effect size yang moderat (11.2%) menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan satu-satunya faktor penentu. Faktor psikologis seperti kontrol diri (Baumeister et al., 2007) dan pengaruh sosial (Rahmi et al., 2024) turut berperan. Hal ini memperkuat argumen bahwa literasi keuangan harus dipadukan dengan pendekatan psikologis untuk efektivitas maksimal.

2. Hasil Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Penggunaan *Fintech*.

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis H2

Variabel	Koefisien Jalur (β)	p-value	Effect Size	Kriteria	Hasil	Keterangan
Literasi Keuangan → Penggunaan <i>Fintech</i>	-0.25	0.023	0.063	$p < 0.05$	Signifikan	Diterima

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) mengonfirmasi bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital (*fintech*) oleh mahasiswa. Berdasarkan analisis menggunakan perangkat lunak WarpPLS 6.0, diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar -0.25 dengan tingkat signifikansi p-value 0.023, yang berada di bawah ambang batas $\alpha = 0.05$. Hal ini menandakan bahwa hipotesis kedua diterima, dan hubungan yang teridentifikasi adalah signifikan secara statistik.

Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka kecenderungan mereka untuk menggunakan *fintech* seperti *e-wallet*, *paylater*, dan layanan pembayaran digital lainnya akan semakin rendah. Mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik tentang risiko keuangan, suku bunga, manajemen utang, dan pentingnya menabung cenderung lebih berhati-hati dalam memanfaatkan fasilitas digital yang bersifat konsumtif. Mereka tidak mudah tergoda oleh promosi *cashback*, sistem cicilan instan, atau kemudahan akses yang ditawarkan oleh *fintech*, karena mampu mempertimbangkan implikasi jangka panjang dari setiap keputusan finansial.

Meskipun demikian, nilai effect size sebesar 0.063 menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap penggunaan *fintech* berada pada kategori lemah hingga sedang, yaitu hanya menjelaskan sekitar 6,3% dari variasi penggunaan *fintech* oleh mahasiswa. Hal ini mengisyaratkan bahwa penggunaan *fintech* tidak hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan, tetapi juga oleh faktor lain seperti kemudahan teknologi, norma sosial, dan gaya hidup digital yang berkembang di kalangan generasi Z. Oleh

karena itu, intervensi kebijakan literasi keuangan tetap penting, tetapi perlu diimbangi dengan pendekatan yang juga mempertimbangkan dinamika teknologi dan perilaku sosial mahasiswa saat ini.

Pengaruh negatif literasi keuangan terhadap penggunaan fintech ($\beta = -0.25$, $p = 0.023$) mendukung teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dimodifikasi (Davis, 1989). Mahasiswa yang melek finansial cenderung lebih kritis dalam memilih fitur fintech, menghindari layanan berisiko seperti paylater dengan bunga tinggi (Ulum, 2024). Namun, rendahnya effect size (6.3%) mengindikasikan bahwa adopsi fintech juga sangat dipengaruhi oleh faktor kemudahan penggunaan (usability) dan tekanan sosial (Venkatesh et al., 2003).

3. Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa Penggunaan Fintech berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis H3

Variabel	Koefisien Jalur (β)	p-value	Effect Size	Kriteria	Hasil	Keterangan
Penggunaan Fintech → Perilaku Konsumtif	0.40	0.008	0.118	$p < 0.05$	Signifikan	Diterima

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital (fintech) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, diperoleh nilai koefisien jalur (β) sebesar 0.40 dengan tingkat signifikansi p-value sebesar 0.008, yang jauh di bawah batas signifikansi 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima, dan hubungan antara kedua variabel tersebut adalah kuat dan signifikan.

Temuan ini secara empiris membuktikan bahwa kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fleksibilitas penggunaan layanan fintech seperti e-wallet, paylater, mobile banking, serta fitur cicilan tanpa kartu kredit menjadi pemicu utama meningkatnya konsumsi impulsif di kalangan mahasiswa. Aplikasi fintech yang menawarkan kenyamanan berbelanja dan transaksi instan turut memperkuat gaya hidup konsumtif, di mana mahasiswa tidak lagi harus menunggu ketersediaan dana sebelum membeli suatu barang atau jasa. Hal ini selaras dengan teori perilaku

konsumen yang menyatakan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi dapat menurunkan hambatan psikologis dalam pengambilan keputusan konsumsi, terlebih ketika dipadukan dengan promosi diskon, cashback, dan fitur cicilan ringan yang sangat menggoda.

Nilai effect size sebesar 0.118 menunjukkan bahwa penggunaan fintech mampu menjelaskan 11,8% variansi dalam perilaku konsumtif mahasiswa, yang termasuk dalam kategori kontribusi sedang. Meskipun tidak dominan, pengaruh ini cukup berarti dalam konteks perkembangan gaya hidup digital di kalangan generasi muda. Fakta bahwa layanan fintech kini telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari mahasiswa, mulai dari membayar transportasi, makanan, belanja online, hingga kebutuhan akademik, membuatnya memiliki daya pengaruh yang besar terhadap pola pengeluaran mereka.

Oleh karena itu, meskipun fintech membawa manfaat dalam hal efisiensi dan inklusi keuangan, hasil ini menggarisbawahi pentingnya edukasi dan regulasi yang dapat membatasi akses konsumtif dari teknologi tersebut, terutama bagi kelompok usia muda yang rentan terhadap pengaruh gaya hidup konsumtif digital.

Hubungan positif fintech dan perilaku konsumtif ($\beta = 0.40$, $p = 0.008$) sejalan dengan penelitian Asmara & Kurnia (2024) tentang efek psikologis transaksi digital. Fitur seperti "one-click payment" dan "paylater" mengurangi rasa kehilangan uang (prelec & Loewenstein, 1998), sehingga memicu pembelian impulsif. Temuan ini juga konsisten dengan kritik terhadap dark patterns dalam desain fintech (Luguri & Strahilevitz, 2021), di mana antarmuka aplikasi sengaja dirancang untuk mendorong konsumsi berlebihan.

4. Hasil Pengujian Hipotesis Keempat (H4 - Mediasi)

Hipotesis keempat menguji Pengaruh tidak langsung Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Penggunaan Fintech.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis H4

Jalur Mediasi	Koefisien Jalur (β)	p-value	Effect Size	Kriteria	Hasil	Keterangan
Literasi Keuangan → Fintech → Perilaku Konsumtif	-0.10	0.032	0.078	$p < 0.05$	Signifikan	Partial Mediation

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) mengkaji apakah penggunaan fintech memediasi secara signifikan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa. Uji mediasi ini dilakukan dengan menggunakan analisis jalur tidak langsung (indirect effect) melalui program WarpPLS 6.0, dan menghasilkan koefisien jalur (β) sebesar -0.10 dengan tingkat signifikansi p-value 0.032. Nilai ini berada di bawah batas signifikansi 0.05, sehingga hipotesis keempat diterima. Dengan demikian, secara statistik, penggunaan fintech memiliki peran sebagai variabel mediasi dalam model hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Lebih jauh, untuk mengetahui kekuatan efek mediasi yang dimiliki oleh fintech, dilakukan penghitungan Variance Accounted For (VAF). Berdasarkan perhitungan, nilai VAF diperoleh sebesar 25%, yang berada dalam rentang 20%–80%, yang menurut kriteria Hair et al. (2013), menunjukkan bahwa fintech berfungsi sebagai pemediasi parsial (partial mediation). Artinya, meskipun fintech menjembatani sebagian hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, namun masih terdapat faktor-faktor lain di luar model, seperti kontrol diri, pengaruh sosial, atau gaya hidup, yang juga turut berperan dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

Implikasi dari hasil ini memperkuat pemahaman bahwa peningkatan literasi keuangan tidak selalu secara langsung menurunkan perilaku konsumtif, terutama dalam era digital. Literasi keuangan memang dapat menurunkan intensitas penggunaan fintech yang konsumtif, namun sebagian pengaruh tetap tersalurkan melalui fintech sebagai medium perilaku ekonomi. Dengan demikian, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tidak sepenuhnya langsung, tetapi dipengaruhi oleh bagaimana mereka memanfaatkan teknologi finansial dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini menegaskan perlunya pendekatan edukasi keuangan yang tidak hanya fokus pada teori pengelolaan keuangan, tetapi juga memberikan pemahaman kontekstual tentang penggunaan fintech secara bijak dan terintegrasi dengan kontrol perilaku konsumsi. Intervensi semacam ini penting untuk menghasilkan generasi yang tidak hanya melek teknologi dan finansial, tetapi juga memiliki etika konsumsi dan pengendalian diri yang kuat di tengah transformasi ekonomi digital.

Nilai VAF 25% membuktikan fintech sebagai mediasi parsial, yang memperkuat teori Dual-Process Theory (Kahneman, 2011). Sistem 1 (Cepat/Emosional) Fitur fintech (diskon, cashback) memicu respons impulsif. Sistem 2 (Lambat/Rasional) Literasi keuangan membantu mahasiswa menahan impuls melalui pertimbangan logis. Artinya, meskipun literasi keuangan efektif mengurangi konsumsi, pengaruhnya melemah karena godaan desain fintech yang eksploitatif (Sorongan & Fannisa, 2025).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS 6.0, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penggunaan *fintech* sebagai variabel mediasi. Secara langsung, mahasiswa dengan literasi keuangan yang tinggi menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih rendah, karena memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan, merencanakan pengeluaran, serta memahami konsekuensi finansial dari setiap keputusan konsumsi.

Di sisi lain, penggunaan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* dan *paylater* terbukti meningkatkan kecenderungan konsumsi impulsif mahasiswa. Pengaruh ini cukup besar, mencerminkan bahwa transformasi digital di sektor keuangan telah mempengaruhi pola pengeluaran generasi muda. Sementara itu, literasi keuangan juga terbukti berperan dalam menurunkan intensitas penggunaan *fintech*, meskipun

pengaruhnya masih bersifat parsial. Nilai VAF sebesar 25% mengindikasikan bahwa *fintech* berperan sebagai mediasi parsial, sehingga terdapat faktor lain di luar model yang juga memediasi hubungan tersebut. Oleh karena itu, hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak sepenuhnya bersifat langsung, tetapi dipengaruhi oleh cara mahasiswa memanfaatkan teknologi keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, disarankan agar lembaga pendidikan tinggi secara aktif mengintegrasikan program literasi keuangan ke dalam kurikulum maupun kegiatan kemahasiswaan. Program tersebut sebaiknya tidak hanya mengajarkan teori dasar keuangan, tetapi juga memuat simulasi penggunaan *fintech* dan studi kasus yang sesuai dengan konteks digital saat ini, agar mahasiswa dapat memahami manfaat sekaligus risiko dari layanan keuangan digital.

Selain itu, perlu adanya kolaborasi antara kampus, lembaga keuangan, dan penyedia layanan *fintech* dalam mengembangkan kampanye edukatif mengenai penggunaan yang bijak terhadap teknologi keuangan, termasuk mengenali potensi jebakan konsumtif dari fitur-fitur digital seperti *paylater*, *cashback*, dan cicilan tanpa bunga. Pemerintah dan OJK juga perlu memperkuat regulasi terhadap penetrasi promosi *fintech* di kalangan mahasiswa, serta menyediakan sumber informasi terpercaya mengenai pengelolaan keuangan pribadi.

Secara lebih luas, mahasiswa sebagai kelompok produktif dan calon pengambil kebijakan masa depan perlu dibekali dengan kompetensi literasi keuangan dan etika konsumsi agar tidak hanya menjadi konsumen cerdas secara finansial, tetapi juga mampu menciptakan keputusan ekonomi yang rasional, berkelanjutan, dan adaptif terhadap dinamika teknologi digital yang terus berkembang.

DAFTAR RUJUKAN

Abdillah, A. I. (n.d.). Pengaruh konsep diri, literasi keuangan syariah, dan kemudahan pembayaran digital (e-wallet) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto [Skripsi, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri]. UIN Saizu Repository. <https://repository.uinsaizu.ac.id>

Aditya, A. D. (2023). Analisis Technology Acceptance Model (TAM) pada penggunaan e-wallet di kalangan mahasiswa [Skripsi, STIE YKPN]. STIE YKPN Repository. <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/1127/>

Agustin, I. D. ., & Abidin, F. I. N. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>

Al Farisyi, M. Z. (2024). Pengaruh *fintech* e-wallet dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi kasus mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto) [Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto]. UIN Saizu Repository. <https://repository.uinsaizu.ac.id>

Alfiyansyah, M. A., & Alamsyah, S. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue Jurnal Akuntansi*, 5(1), 972-979. DOI: 10.46306/rev.v5i1.542

Amaniyah, E., & Sholeha, S. E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Risiko Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Penggunaan Fintech Payment (Paylater) pada Shopee sebagai Variabel Intervening. *Competence : Journal of Management Studies*, 18, 79-98. DOI: 10.21107/kompetensi.v18i1.25620

Aryani, N. F., Farida, E., & Normaladewi, A. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Peer Pressure Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Unisma Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 14(1), 506-507. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>

Asmara, W. S., & Kurnia, R. H. (2024). Pengaruh Penggunaan Debit Card dan E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Batang Hari. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 4(4), 275-284. Retrieved From

- <https://bajangjournal.com/index.php/jci/article/view/9233>
- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current Directions in Psychological Science*, 16(6), 351-355. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00534.x>
- Butar, I. G. B., & Rachman, A. A. (2024). Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3021-3035. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2423>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Erininda, W. (2023). Dinamika Perilaku Konsumen pada Era Cashless Society: Kajian Literatur Tentang Preferensi Pembayaran. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 385-392. Retrieved from <https://e-journal.uingsdur.ac.id/sahmiyya/article/view/1827>
- Gayatri, A. M., & Muzdalifah, M. (2021). Understanding Financial Literacy as an Effort to Prevent Consumptive Behavior from Online Loans. *Judicious*, 3(2), 297-306. <https://doi.org/10.37010/jdc.v3i2.1113>
- Haqi, C. A. W., & Trisnaningsih, S. (2025). Tinjauan Literatur: Literasi Keuangan, Kemudahan dan Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Pembayaran Digital. *Proceeding National Conference of Research and Community Service Sisi Indonesia*, 1(1), 19-42. <https://conference.sinesia.id/ncrcs-sinesia/article/view/70>
- Hariyani, R. (2022). Urgensi Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.31294/WIDYACIPTA.V6I1.12234>
- Hayati, S. N. S., & 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>
- Hermawan, M. D. A., Septiani, D., (2024). Literasi Keuangan dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Tinjauan Literatur. *Jurnal STIE Semarang*, 16(3), 187-196. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i1.1180>
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, AR., & Kautsar, A. (2020). The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (IJASRE)*, 6(1), 77-81. <https://doi.org/10.31695/IJASRE.2020.33604>
- Hunaifi, A., & Mauliana, R. (2024). Targeted ads and impulsive shopping: Evidence from TikTok Shop users. *Journal of Digital Marketing*, 6(3), 211-225.
- Nanang Hunaifi, Phitsa Mauliana, Ricky Firmansyah, Yunika Komalasari, R. Dewi Sulastriningsih, & Srie Wijaya Kesuma Dewi. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161-174. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1412>
- Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2023). Pengaruh Media Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 32-41. <https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15215>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Later pada Gen Z. *YUME: Journal of Management*, 8(1), 127-137.

- Kulsum, U. (2023). Hubungan Antara Pengetahuan Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital. *Edu Research*, 4(2), 176-186. <https://doi.org/10.47827/Jer.V4i2.765>
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(02), 554-566. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i02.33657>
- Listyaningsih, E., & Launi, A. V. (2024). Pengaruh Harga, Diskon Shopee, Iklan Media, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Online Dengan Literasi Keuangan Digital Sebagai Variabel Moderasi pada Marketplace Shopee. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan dan Tata Kelola Perusahaan*, 1(3), 213-228. <https://doi.org/10.59407/jakpt.v1i3.603>
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. (2021). Shining a light on dark patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43-109. <https://doi.org/10.1093/jla/laaa005>
- Maharani, A., & Fasa, M. I. (2025). Efektivitas Penggunaan E-Wallet terhadap Prilaku Konsumtif Mahasiswa. *JiIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(4), 7194-7200 <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Moehadi, M., Astuti, H., Firmansah, M. B., & Wicaksono, A. B. (2023). Perilaku Konsumtif dengan Penggunaan Fintech E-Wallet. *Jurnal Dimensi*, 12(3), 725-738. <https://doi.org/10.33373/dms.v12i3.5688>
- Nurrohyani, R., & Sihaloho, E. D. (2020). Pengaruh Promosi Cashback pada OVO dan Go-Pay Terhadap Perilaku Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjadjaran. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 20(1), 12-25. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v20i1.3764>
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jabe (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/Jabe.V9i3.16620>
- Pramadita, P. C. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Discount, dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat penggunaan Berulang Aplikasi Dana pada Mahasiswa di Kota Depok Tahun 2021 [Skripsi Thesis, Politeknik Negeri Jakarta]. Retrieved from <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/3284/>
- Pratiwi, D. M., & Ni'am, Z. B. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 352-363. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.509>
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. *Marketing Science*, 17(1), 4-28. <https://doi.org/10.1287/mksc.17.1.4>
- Putri, E. S., & Indriastuti, D. R. (2025). Pengaruh Financial Literacy, Fintech E-Wallet dan Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi* 2(2) 158-171. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i2.4200>
- Putri, W. T. I., & Sumiari, K. N. (2021) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, , 127-134. DOI: <https://doi.org/10.24843/EEB.2021.v10.i03.p03>
- Rahayu, D., Nugraha, G., & Okte, M. (2024). Literasi Keuangan dan Fintech : Membentuk Perilaku Keuangan Mahasiswa di Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 3032-3048. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4842>
- Rahmi, A., Nilasari, E., & Gafur, A. (2024). Penggunaan media sosial Tik Tok, dompet digital, dan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada generasi Z di Kota

- Banjarmasin. *Al-Ujrah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(01), 10–35. <https://doi.org/10.63216/al-ujrah.v2i01.289>
- Ramantara, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi pinjaman online (peer to peer lending) pada mahasiswa Jawa Timur tahun 2021. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 1(6), 441-450. Retrieved from <https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/4822>
- Ridwan, R., Lestari, D. F., Rachmanda, Y. S., & Nurlaila, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Cipasung Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 643–650. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1444>
- Rospianita, A., Hanapi, M. S., & Rahmawati, A. (2025). Menganalisis Ketergantungan Mahasiswa dalam Penggunaan Dompot Digital. *Jurnal Pendas: Pendidikan Dasar*, 9(1), 114–123. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/22503>
- Rumbik, F., & Kurniawan, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting : Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/article/view/29459>
- Sahabuddin, R., & Azhari, A. (2025). Analisis Perilaku Konsumtif dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Gen Z Universitas di Makassar. *Jurnal Pendas: Pendidikan Dasar*, 9(1), 114–123. <https://journal.unpas.ac.id/index.php/pendas/article/view/22503>
- Salsabila, S. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater pada E-Commerce*. [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. UII Institutional Repository. <http://dspace.uui.ac.id/123456789/45326>
- Santoso, A. R., Ramadhan, M., & Pratama, R. B. (2025). *Implikasi Hukum terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam Perspektif Literasi Keuangan.. Integrative Perspectives of Social and Science Journal*, 2(2 April), 2173-2178. <https://ipssj.com/index.php/ojs/article/view/304>
- Saputra, R., & Wala, G. N. (2024). Pengaruh tekanan sosial terhadap Perilaku Konsumtif (Study Literature Review). *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 2(3), 111–122. <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i3.1466>
- Saren, C. M. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Gen Z dan Implikasinya terhadap Perencanaan Keuangan: Sebuah Kajian Literatur. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 475–481. <https://doi.org/10.53494/jira.v11i1.886>
- Sirait, M. Y., & Manalu, H.M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Jurnal Akademi Akuntansi Indonesia Padang*, 4(2), 187-195. <https://doi.org/10.31933/d1ancz28>
- Sorongon, F. A., & Fannisa, F. (2025). Dampak Mobile Banking Syariah dan E-Wallet Syariah terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa: Peran Pinjaman Online Syariah sebagai Moderasi. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 112. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v5i1.320>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Ulum, I. F. (2024). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan E-Payment, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-Wallet pada Generasi Milenial*. [Undergraduate thesis, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/63625>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478. <https://doi.org/10.2307/30036540>

- Waluyo, F. I. A., & Marlina, M. A. E. (2020). Peran Literasi Keuangan Dalam Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Media Akuntansi dan Perpajakan Indonesia*, 1(1), 53-74. <https://doi.org/10.37715/mapi.v1i1.1401>
- Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus Of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love Of Money Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 97-108. Retrieved from <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/371>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>