

Financial Behavior: Assessing The Role Of Financial Literacy And E-Wallet Usage On Student Consumptive Behavior

Financial Behavior: Menilai Peran Literasi Keuangan Dan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa

Dimas Anggia¹, Taufik Sadikin², Ahmad Johan^{3*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Langlang Buana, Bandung, Indonesia^{1,2,3}

ahmad.johan@unla.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

The rapid development of digital financial technology has significantly transformed consumption behavior, particularly among university students as a highly adaptive group to technological advancements. The emergence of e-wallets, supported by transactional convenience and promotional incentives, has the potential to increase consumptive behavior, while financial literacy is theoretically expected to act as a control mechanism. However, the inconsistency between financial knowledge and actual behavior indicates a behavioral gap that requires further investigation. This study aims to examine the effect of financial literacy and e-wallet usage on students' consumptive behavior. A quantitative approach with descriptive and verificative designs was employed, using questionnaire data collected from 110 respondents and analyzed through multiple linear regression. The results indicate that financial literacy is categorized as good, e-wallet usage is high, and consumptive behavior is moderately high. Partially, financial literacy does not have a significant effect, whereas e-wallet usage has a positive and significant effect on consumptive behavior. Simultaneously, both variables have a significant effect with a coefficient of determination of 19.5%. These findings highlight the dominant role of financial technology over cognitive factors and reinforce the existence of a knowledge-behavior gap.

Keywords : Financial Literacy, E-Wallet, Consumptive Behavior, Financial Technology, Students.

ABSTRAK

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumsi, khususnya pada mahasiswa sebagai kelompok yang adaptif terhadap teknologi. Kehadiran e-wallet dengan berbagai kemudahan transaksi dan insentif promosi berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan secara teoritis diharapkan berperan sebagai mekanisme kontrol. Namun, ketidakkonsistenan antara tingkat literasi dan perilaku aktual menunjukkan adanya kesenjangan perilaku yang perlu dikaji. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan verifikatif melalui penyebaran kuesioner kepada 110 responden, yang dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berada pada kategori baik, penggunaan e-wallet tinggi, dan perilaku konsumtif cukup tinggi. Secara parsial, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan koefisien determinasi sebesar 19,5%. Temuan ini menegaskan dominasi faktor teknologi finansial dibandingkan faktor kognitif serta memperkuat fenomena knowledge-behavior gap dalam perilaku keuangan mahasiswa.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, E-Wallet, Perilaku Konsumtif, Finansial Teknologi, Mahasiswa.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi keuangan (financial technology) dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam pola transaksi dan konsumsi (Prajogo & Rusno, 2023). Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan dompet digital (e-wallet), yang menawarkan

kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam transaksi non-tunai serta mendorong transformasi gaya hidup menuju sistem pembayaran digital (Handayani et al., 2024). Di Indonesia, adopsi e-wallet terus meningkat seiring dengan penetrasi smartphone dan dukungan kebijakan transaksi non-tunai.



Gambar 1. Insight Asia: E-Wallet Industry Outlook 2023

Sebagaimana yang ditunjukkan pada **Gambar 1**, data menunjukkan bahwa 74% masyarakat perkotaan telah menggunakan dompet digital, yang mencerminkan tingginya tingkat penerimaan teknologi ini (Nurdiani & Aulia, 2024). Fenomena diperkuat oleh data metode pembayaran yang menunjukkan dominasi penggunaan dompet digital dibandingkan metode lainnya. Fenomena ini semakin kuat pada kalangan mahasiswa sebagai kelompok yang adaptif terhadap teknologi. Namun, kemudahan transaksi yang disertai dengan berbagai promosi seperti cashback dan diskon berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang bersifat impulsif dan tidak terencana (Handayani et al., 2024).

Secara teoritis, literasi keuangan berperan sebagai mekanisme kontrol dalam pengambilan keputusan keuangan individu. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengelola keuangan secara rasional, termasuk membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta mengendalikan pengeluaran (Kurnia et al., 2023). Namun demikian, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi temuan. Beberapa penelitian menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Oktaviani et al., 2023; Ziliwu & Satato, 2025), sementara penelitian lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan, terutama dalam konteks konsumsi berbasis digital (Gonggo, 2021; Rahima & Cahyadi, 2022). Di sisi lain, penggunaan teknologi pembayaran digital seperti e-wallet terbukti memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi dan intensitas promosi yang tinggi (Aulia et al., 2023; Nuraliati et al., 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*), di mana pemahaman keuangan tidak selalu diikuti oleh perilaku keuangan yang rasional.

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat kesenjangan penelitian terkait belum optimalnya integrasi antara faktor kognitif (literasi keuangan) dan faktor teknologi (penggunaan e-wallet) dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan. Penelitian ini difokuskan pada mahasiswa di Kota Bandung sebagai representasi generasi digital dengan intensitas tinggi dalam penggunaan teknologi keuangan dan aktivitas konsumsi (Komalasari & Firmansyah, 2025). Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur perilaku keuangan serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi peningkatan literasi keuangan yang terintegrasi dengan pengendalian perilaku dalam ekosistem digital.

2. Tinjauan Pustaka

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam melakukan pembelian secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan dibandingkan kebutuhan rasional (Oktaviani et al., 2023). Dalam konteks modern, perilaku ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh perkembangan teknologi yang mempermudah proses konsumsi. Teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, di mana faktor-faktor tersebut membentuk niat dan keputusan dalam bertindak. Dalam penelitian ini, literasi keuangan merepresentasikan aspek kontrol perilaku, sementara penggunaan e-wallet mencerminkan stimulus eksternal yang dapat memengaruhi sikap dan kecenderungan konsumsi (Surjono & Johan, 2025).

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara efektif (Kurnia et al., 2023). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pengeluaran dan mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah kecenderungan konsumsi berlebihan (Oktaviani et al., 2023; Ziliwu & Satato, 2025). Namun, temuan lain menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan, terutama dalam konteks konsumsi berbasis digital (Gonggo, 2021; Rahima & Cahyadi, 2022). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor kognitif saja belum cukup dalam menjelaskan perilaku konsumsi individu di era digital.

Di sisi lain, penggunaan e-wallet sebagai bagian dari perkembangan financial technology memberikan kemudahan dalam transaksi yang dapat menurunkan hambatan dalam melakukan pembelian. Kemudahan, kecepatan, serta berbagai insentif seperti cashback dan diskon menjadikan e-wallet sebagai stimulus yang mendorong perilaku konsumtif (Handayani et al., 2024). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif dan konsumtif (Aulia et al., 2023; Nurdiani & Aulia, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa teknologi pembayaran digital tidak hanya berfungsi sebagai alat transaksi, tetapi juga sebagai faktor yang dapat memengaruhi pola konsumsi individu.

Berdasarkan kajian tersebut, terlihat adanya kesenjangan antara peran literasi keuangan sebagai faktor kontrol dan penggunaan e-wallet sebagai faktor pendorong dalam membentuk perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan kedua variabel tersebut untuk menganalisis pengaruhnya secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Integrasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif terkait dinamika perilaku keuangan di era digital.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan verifikatif untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel, sedangkan pendekatan verifikatif bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Kota Bandung sebagai representasi generasi digital dengan tingkat penggunaan teknologi keuangan yang tinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu responden yang merupakan mahasiswa aktif dan menggunakan e-

wallet dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 110 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin. Variabel literasi keuangan diukur melalui indikator pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan pengelolaan keuangan. Variabel penggunaan e-wallet diukur melalui intensitas penggunaan, kemudahan transaksi, dan pemanfaatan fitur promosi. Sementara itu, variabel perilaku konsumtif diukur melalui kecenderungan pembelian impulsif, pemborosan, dan konsumsi yang tidak berdasarkan kebutuhan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antar variabel. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji kualitas data melalui uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Seluruh proses analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik SPSS Versi 25.

4. Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, yaitu mahasiswa di Kota Bandung yang menggunakan layanan e-wallet dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Pemilihan mahasiswa didasarkan pada karakteristiknya sebagai kelompok yang adaptif terhadap teknologi digital serta berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga relevan untuk mengkaji perilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden merupakan mahasiswa aktif yang menggunakan e-wallet. Sebanyak 132 kuesioner disebar, dan diperoleh 110 responden yang memenuhi kriteria dan dapat diolah, sehingga menghasilkan tingkat respons sebesar 83,33%.

Data yang terkumpul tidak mengalami missing data, sehingga seluruhnya dapat digunakan dalam proses analisis. Kemudian, data yang diperoleh ditabulasi dan dianalisis berdasarkan karakteristik responden serta variabel penelitian yang meliputi literasi keuangan, penggunaan e-wallet, dan perilaku konsumtif.

Hasil Penelitian Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	110	14	60	46,42	8,337
Penggunaan E-Wallet	110	30	60	47,66	7,723
Perilaku Konsumtif	110	29	90	60,15	11,852
Valid N (listwise)	110				

Sumber: Output SPSS 25

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa jumlah observasi sebanyak 110 responden. Variabel literasi keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 46,42 dengan standar deviasi 8,337, serta nilai minimum 14 dan maksimum 60, yang mengindikasikan tingkat literasi keuangan yang relatif baik dengan variasi moderat antar responden. Variabel penggunaan e-wallet memiliki nilai rata-rata sebesar 47,66 dengan standar deviasi 7,723, serta nilai minimum 30 dan maksimum 60, yang menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet tergolong tinggi dengan pola jawaban yang relatif homogen.

Sementara itu, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai rata-rata sebesar 60,15 dengan standar deviasi 11,852, serta nilai minimum 29 dan maksimum 90, yang menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif berada pada kategori cukup tinggi dengan variasi yang lebih besar dibandingkan variabel lainnya. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa tingginya penggunaan e-wallet diikuti oleh tingkat perilaku konsumtif yang relatif tinggi, meskipun tingkat literasi keuangan responden tergolong baik.

Hasil Penelitian Verifikatif
Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Normalitas – Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	10,63420662
Most Extreme Differences	Absolute	0,082
	Positive	0,045
	Negative	-0,082
Test Statistic		0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,065 ^c

Sumber: Ouput SPSS 25

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,065. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Selain itu, nilai statistik uji sebesar 0,082 dengan nilai maksimum deviasi absolut sebesar 0,082, yang menunjukkan bahwa penyimpangan distribusi data terhadap distribusi normal relatif kecil. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis selanjutnya dapat dilakukan.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 Literasi Keuangan	0,694	1,440
Penggunaan E-Wallet	0,694	1,440

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Output SPSS 25

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan penggunaan e-wallet masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar 0,694 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,440. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi multikolinearitas, sehingga variabel independen yang digunakan tidak saling berkorelasi secara tinggi dan layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas - Glejser

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,626	4,101		0,396	0,693
Literasi Keuangan	0,049	0,087	0,064	0,556	0,579
Penggunaan E-Wallet	0,097	0,094	0,118	1,027	0,307

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Output SPSS 25

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,579 dan penggunaan e-wallet sebesar 0,307. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, varians residual bersifat konstan (homoskedastis) dan model telah memenuhi asumsi klasik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31,255	6,955		4,494	0,000
Literasi Keuangan	-0,152	0,148	-0,107	-1,027	0,307
Penggunaan E-Wallet	0,754	0,160	0,491	4,721	0,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Output SPSS 25

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan sebagai berikut: $Y = 31,255 - 0,152X_1 + 0,754X_2$, dimana nilai konstanta sebesar 31,255, menunjukkan bahwa ketika variabel literasi keuangan (X_1) dan penggunaan e-wallet (X_2) dianggap konstan, maka perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai sebesar 31,255, yang mengindikasikan adanya pengaruh faktor lain di luar model.

Koefisien regresi literasi keuangan sebesar $-0,152$ menunjukkan hubungan negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif. Sementara itu, koefisien penggunaan e-wallet sebesar $0,754$ menunjukkan hubungan positif, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan e-wallet, semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Nilai koefisien yang lebih besar pada variabel e-wallet menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan.

Uji Hipotesis

Tabel 6. Hasil Uji T - Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	31,255	6,955		4,494	0,000
Literasi Keuangan	-0,152	0,148	-0,107	-1,027	0,307

Penggunaan E-Wallet	0,754	0,160	0,491	4,721	0,000
---------------------	-------	-------	-------	-------	-------

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Output SPSS 25

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1) memiliki koefisien sebesar $-0,152$ dengan standar error $0,148$, nilai t sebesar $-1,027$, dan signifikansi sebesar $0,307$ ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, meskipun arah hubungan bersifat negatif. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) tidak didukung.

Sementara itu, variabel penggunaan e-wallet (X_2) memiliki koefisien sebesar $0,754$ dengan standar error $0,160$, nilai t sebesar $4,721$, dan signifikansi sebesar $0,000$ ($< 0,05$), serta nilai beta terstandarisasi sebesar $0,491$. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Tabel 7. Hasil Uji F - Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2983,961	2	1491,980	12,951	,000 ^b
Residual	12326,412	107	115,200		
Total	15310,373	109			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Penggunaan E-Wallet, Literasi Keuangan

Sumber: Output SPSS 25

Hasil uji simultan (F-test) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $12,951$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ ($< 0,05$). Nilai tersebut menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan (X_1) dan penggunaan e-wallet (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, nilai Sum of Squares pada regresi sebesar $2983,961$ dan residual sebesar $12326,412$ menunjukkan bahwa variasi perilaku konsumtif sebagian dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam model. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan penggunaan e-wallet secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dapat diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,441 ^a	0,195	0,180	10,733

a. Predictors: (Constant), Penggunaan E-Wallet, Literasi Keuangan

Sumber: Output SPSS 25

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar $0,195$. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar $19,5\%$ variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan penggunaan e-wallet secara simultan, sedangkan sisanya sebesar $80,5\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Nilai koefisien determinasi yang relatif rendah menunjukkan bahwa meskipun model signifikan, kemampuan prediktifnya masih terbatas, sehingga diperlukan pengembangan model dengan mempertimbangkan variabel lain pada penelitian selanjutnya.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki koefisien sebesar $-0,152$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,307$ ($> 0,05$), yang berarti berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif, tetapi pengaruh tersebut tidak cukup kuat secara statistik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun tingkat literasi keuangan responden tergolong baik (mean $3,20-4,19$), pemahaman tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku konsumsi sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku (*knowledge-behavior gap*), di mana mahasiswa memahami konsep keuangan, namun belum mampu mengimplementasikannya secara konsisten.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Rahima & Cahyadi, (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan dalam konteks konsumsi digital. Namun demikian, temuan ini berbeda dengan Oktaviani et al., (2023) dan Ziliwu & Satato, (2025) yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan. Perbedaan ini diduga disebabkan oleh karakteristik responden yang merupakan mahasiswa dalam fase transisi menuju kemandirian finansial. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) tidak didukung, sehingga literasi keuangan belum menjadi faktor utama dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet memiliki koefisien sebesar $0,754$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000$ ($< 0,05$), yang berarti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan, kecepatan, serta fitur promosi seperti cashback dan diskon menjadi faktor pendorong utama dalam meningkatkan konsumsi. Distribusi jawaban responden yang didominasi kategori setuju dan sangat setuju memperkuat bahwa penggunaan e-wallet dilakukan secara intensif. Indikator tertinggi terdapat pada aspek kemudahan transaksi dan intensitas penggunaan, sedangkan indikator terendah pada aspek kontrol penggunaan, yang menunjukkan bahwa responden aktif menggunakan e-wallet namun belum sepenuhnya mampu mengendalikan penggunaannya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Aulia et al., (2023) dan Nurdiani & Aulia, (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Dengan demikian, penggunaan e-wallet menjadi faktor yang dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, sehingga hipotesis kedua (H_2) diterima.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan e-wallet secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai F sebesar $12,951$ dan signifikansi sebesar $0,000$ ($< 0,05$). Namun, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,195$ menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut hanya mampu menjelaskan $19,5\%$ variasi perilaku konsumtif, sedangkan $80,5\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet memiliki kontribusi yang lebih dominan dibandingkan literasi keuangan, yang tercermin dari nilai koefisien regresi yang lebih tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki pemahaman keuangan

yang baik, kemudahan teknologi, fitur promosi, dan kecepatan transaksi menjadi faktor yang lebih kuat dalam mendorong perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Ariwangsa & Gde Bagus Surya Jayanatha, (2023) serta Fatimah, (2025) yang menyatakan bahwa faktor teknologi finansial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun, berbeda dengan sebagian penelitian terdahulu yang menemukan pengaruh signifikan literasi keuangan, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan, sehingga mengindikasikan adanya knowledge-behavior gap. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima. Penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks ekonomi digital, peran teknologi finansial menjadi faktor utama yang lebih dominan dibandingkan aspek kognitif dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa.

5. Penutup Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara deskriptif literasi keuangan berada pada kategori baik, penggunaan e-wallet tergolong tinggi, dan perilaku konsumtif berada pada kategori cukup tinggi. Secara empiris, literasi keuangan memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai R^2 sebesar 0,195, yang menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan 19,5% variasi perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan adanya knowledge-behavior gap, di mana pemahaman keuangan yang baik belum sepenuhnya diimplementasikan dalam perilaku konsumsi. Selain itu, penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks ekonomi digital, faktor teknologi finansial memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor kognitif dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara praktis, hasil penelitian ini menyarankan agar peningkatan literasi keuangan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menekankan aspek implementatif dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Selain itu, penyedia layanan e-wallet diharapkan dapat mengembangkan fitur yang mendukung kontrol pengeluaran pengguna. Bagi mahasiswa, diperlukan peningkatan kesadaran dalam mengelola keuangan secara bijak, khususnya dalam memanfaatkan fitur promosi agar tidak mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, kontrol diri, dan faktor sosial, serta menggunakan pendekatan metodologis yang lebih komprehensif agar mampu menjelaskan perilaku konsumtif secara lebih mendalam dan luas.

Daftar Pustaka

- Ariwangsa, I. G. N. O., & Gde Bagus Surya Jayanatha. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA DENPASAR. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(3), 229–239. <https://doi.org/10.20527/jwm.v11i3.254>
- Aulia, T. N., Edy Suryadi, & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Tri. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(3), 462–468. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2263>
- Fatimah, N. (2025). PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET, PROMOSI CASHBACK, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 516–531.
- Gonggo, R. A. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, OPPORTUNITY COST, NILAI GUNA (UTILITY THEORY), PENGENDALIAN DIRI DAN MANFAAT DARI MOBILE BANKING

- TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA SELAMA PANDEMI COVID-19* (Vol. 4, Nomor 1).
- Handayani, K., Mursyid, M., & Mukhtar, M. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumsi Islam dalam Penggunaan Dompot Digital Dengan Menerapkan Model UTAUT3. *Action Research Literate*, 8(10), 2844–2860. <https://doi.org/10.46799/ar.v8i10.2204>
- Komalasari, A. E., & Firmansyah, H. (2025). Jebakan Paylater Era Flexing: Studi Integratif TPB terhadap Literasi Keuangan Digital, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Konsumtif Gen Z di Kota Bandung. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 8129–8142. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3212>
- Kurnia, Goso, G., & Halim, M. (2023). PENGARUH FINTECH (PAYLATER), LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 704–711. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3996>
- Nurdiani, K. A., & Aulia, R. N. (2024). *HUBUNGAN DOMPET DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS X DI KOTA BANDUNG*. 5(5), 51–63.
- Nuraliati, A., Astuti, A., Januarty, T. A., Johan, A., & Sudarmadi, D. (2025). An investigation of antecedents and outcomes of accounting information quality: Evidence from SMEs. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA MAHASISWA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 1–11. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIIS/article/view/68587>
- Prajogo, U., & Rusno, R. (2023). Analisis moderasi inklusi keuangan pada pengaruh platform terhadap minat penggunaan pinjaman online. *MBR (Management and Business Review)*, 7(1), 133–141. <https://doi.org/10.21067/mbr.v7i1.8546>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). PENGARUH FITUR SHOPEE PAYLATER TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA UNIVERSITAS MATARAM. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Surjono, W., & Johan, A. (2025). Analysis of the influence of novel service concept, customer satisfaction, and novel service procedure on customer loyalty. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(2), 3994-4010.
- Ziliwu, E., & Satato, Y. R. (2025). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG STIEPARI SEMARANG STUDENTS LIVING IN BAWEN BOARDING HOUSES. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 18(3), 2–11.