

The Influence Of Digital Wallets, Financial Literacy And Online Shopping On The Consumptive Behavior Of Students At Universitas Prima Indonesia

Pengaruh Dompot Digital, Literasi Keuangan Dan Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Prima Indonesia

Jocelyn Callista Sain¹, Isna Asdiani Nasution^{2*}, Yolanda Putri Eloi Malau³, M Faridz Daffala⁴
Melisa Zuriani Hasibuan⁵

Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3,4}

Universitas Muslim Nusantara, Kota Medan, Indonesia⁵

isnaasdiannasution@unprimdn.ac.id

*Corresponding Author

ABSTRACT

This study investigates how digital wallet, financial literacy, and online shopping affect the consumptive behavior of Prima Indonesia University students, both separately and together. A descriptive quantitative approach is the method of this study using questionnaires to collect data. The researcher took 100 active students of the Faculty of Law, Prima Indonesia University as samples in a non-probability sampling technique of purposive sampling type. Testing the validity of the tool through product moment. The reliability is through Cronbach alpha. Researchers conducted data analysis through multiple linear regression, t test, and F test. The study findings revealed several important findings. First, digital wallets are proven to have a significant impact on consumptive behavior. This finding is supported by the results of the t test with a calculated t value (3.018) exceeding the t table value (1.984), and a very low Sig. value (0.000 < 0.05). Second, financial literacy also shows a positive effect on consumptive behavior. The t test shows the calculated t value of 4.403 > t table 1.984, with a Sig value. 0.001 (less than 0.05). Third, online shopping was also found to significantly influence consumptive behavior. This is supported by the t test with a t value of 7.175 > t table 1.984, and a Sig value of 0.000. 0,000. Furthermore, overall, digital wallets, financial literacy, and online shopping have a significant impact on the consumptive behavior of Prima Indonesia University students. This conclusion is based on the results of the F test, namely F count 17,857 > F table 2.70, and Sig level. 0,000.

Keywords: Digital Wallet, Financial Literacy, Online Shopping, Consumptive Behavior, Students

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki bagaimana dompet digital, literasi keuangan, dan belanja online memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia, baik secara terpisah maupun bersama-sama. Pendekatan kuantitatif deskriptif adalah metode studi ini dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Peneliti mengambil 100 mahasiswa aktif Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia sebagai sampel dalam teknik non-probability sampling jenis purposive sampling. Pengujian validitas alat melalui product moment. Adapun reliabilitasnya melalui Cronbach alpha. Peneliti melakukan analisis data melalui regresi linear berganda, uji t, dan uji F. Temuan studi mengungkap beberapa temuan penting. Pertama, dompet digital terbukti berdampak signifikan pada perilaku konsumtif. Temuan tersebut didukung oleh hasil uji t dengan nilai t hitung (3,018) melampaui nilai t tabel (1,984), dan nilai Sig. yang sangat rendah (0,000 < 0,05). Kedua, literasi keuangan juga menunjukkan berpengaruh positif pada perilaku konsumtif. Uji t menunjukkan nilai t hitung 4,403 > t tabel 1,984, dengan nilai Sig. 0,001 (kurang dari 0,05). Ketiga, belanja online juga ditemukan memengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan. Hal ini didukung oleh uji t dengan nilai t hitung 7,175 > t tabel 1,984, dan nilai Sig. 0,000. Lebih lanjut, secara keseluruhan, dompet digital, literasi keuangan, dan belanja online berdampak dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Prima Indonesia. Kesimpulan ini didasarkan pada hasil uji F, yaitu F hitung 17,857 > F tabel 2,70, dan tingkat Sig. 0,000.

Kata Kunci: Dompot Digital, Literasi Keuangan, Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dengan pesat tentunya menyebabkan beberapa perubahan dan kemajuan dalam kehidupan manusia yang dapat mempermudah dan membantu dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Salah satu terobosan yang muncul adalah FinTech (Financial Technology), sebuah inovasi industri yang menggabungkan teknologi modern dengan layanan keuangan untuk menciptakan solusi yang lebih efisien (Schueffel, 2016). FinTech dirancang untuk mempermudah akses masyarakat terhadap produk-produk keuangan sekaligus menyederhanakan proses transaksi, sehingga memberikan pengalaman yang lebih praktis dan cepat.

Salah satu bentuk inovasi FinTech yang populer adalah dompet digital yang dapat diartikan sebagai akun elektronik berbasis prabayar yang memungkinkan pengguna menyimpan dana secara digital untuk keperluan transaksi digital (Ali & Gopalan, 2018; Riyanto et al., 2020). Kehadirannya telah mengubah cara masyarakat bertransaksi, mulai dari pembayaran tagihan rutin, transportasi, hingga pemesanan tiket secara online. Selain itu, dompet digital juga memfasilitasi berbagai kebutuhan lainnya, seperti belanja online, pembayaran rekreasi, dan transaksi lainnya yang membutuhkan kemudahan dan kecepatan (Ali & Gopalan, 2018).

Menurut laporan Insight Asia dalam survei berjudul "Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook", dompet digital mendominasi preferensi masyarakat sebagai alat pembayaran. Sebanyak 74% responden memilih dompet digital sebagai metode transaksi utama mereka, jauh mengungguli metode tradisional seperti uang tunai yang hanya dipilih oleh 49% responden. Sementara itu, metode pembayaran lainnya seperti VA transfer (16%), kartu debit (17%), PayLater (18%), QRIS (21%), dan transfer bank (24%) juga digunakan, meskipun dengan persentase yang lebih rendah.

Lebih lanjut, dompet digital paling sering dimanfaatkan untuk berbagai transaksi, terutama belanja online (79%), diikuti oleh pembelian pulsa (78%), transfer uang (78%), pengecekan riwayat transaksi (70%), dan transfer bank (69%). Dari segi dominasi platform, GoPay menempati posisi teratas dengan tingkat penggunaan 71%, diikuti oleh OVO (70%) dan Dana (61%), menunjukkan persaingan yang ketat di industri dompet digital Indonesia.

Di sisi lain, literasi keuangan memegang peranan penting dalam mengatur perilaku finansial seseorang. Menurut Mubarakah & Rita (2020), minimnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dapat memicu kebiasaan boros dan konsumtif, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan kerugian finansial. Seseorang yang mampu menggunakan finansial yang bijaksana, mengelola anggaran secara efektif, dan menghindari dorongan untuk berbelanja secara berlebihan atau tanpa perencanaan yang matang adalah orang yang memiliki pemahaman keuangan yang bagus. Intinya, pemahaman keuangan yang memadai dapat menjadi tameng yang kuat dalam mencegah perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Berdasarkan studi dari Nawawi (2020), terdapat tiga faktor utama yang mendorong mahasiswa memakai e-wallet. Pertama, promo menarik yang sering diberikan oleh platform dompet digital. Kedua, kenyamanan dalam proses transaksi yang membuat pengguna merasa lebih praktis. Ketiga, kemudahan penggunaan e-wallet, terutama saat melakukan transaksi belanja online. Hal ini sejalan dengan pendapat Della dan Trisni (2021) bahwa belanja online sebagai aktivitas jual beli melalui platform digital, baik melalui situs web maupun aplikasi. Belanja online sering kali menawarkan berbagai promosi dan diskon, yang secara signifikan memengaruhi minat belanja, khususnya di kalangan mahasiswa. Kebiasaan ini dapat memicu peningkatan perilaku konsumtif, terutama jika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang memadai.

Perilaku konsumtif berarti kecenderungan melakukan pembelian jasa atau barang untuk mencari kepuasan atau kesenangan sesaat. Di era digital seperti sekarang, perilaku ini semakin meningkat, terutama di kalangan mahasiswa melek teknologi. Kehadiran media sosial

dan e-commerce turut memperparah fenomena ini, karena keduanya menawarkan kemudahan akses dan promosi yang menggoda. Ironisnya, meskipun mahasiswa diharapkan memiliki literasi keuangan yang baik, banyak dari mereka justru terjebak dalam pola konsumsi yang tidak sehat. Perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan tingginya gaya hidup atau kurangnya pemahaman dalam pengelolaan keuangan secara efektif. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, kebiasaan ini dapat berdampak negatif pada stabilitas finansial seseorang.

Universitas Prima Indonesia, sebuah perguruan tinggi swasta di Medan, memiliki sepuluh fakultas, yaitu Fakultas Psikologi, Fakultas Agro Teknologi, Fakultas Hukum, Fakultas Ekonomi, Fakultas Teknologi dan Ilmu Komputer, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Fakultas Keperawatan dan Kebidanan, Fakultas Kedokteran Gigi, Fakultas Kedokteran. Mayoritas mahasiswanya berasal dari luar daerah dan bergantung pada kiriman orang tua, meskipun beberapa di antaranya sudah bekerja. Mahasiswa umumnya cenderung konsumtif karena mengikuti tren dan mencari pengakuan sosial, seringkali membeli barang bermerek hanya untuk mengikuti gaya hidup tertentu. Kemajuan fintech, terutama e-wallet, memfasilitasi belanja online dengan promosi menarik, yang berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

2. Kajian Pustaka

Dompet Digital

Dompet digital adalah cara mudah berbelanja tanpa uang tunai. Fungsinya tidak hanya untuk pembayaran, tetapi juga untuk transaksi lainnya. (Megadewardanu, Suyoto, & Pranowo, 2016).

Literasi Keuangan

Pemahaman dasar tentang keuangan yang penting bagi setiap orang. Pemahaman ini memengaruhi kondisi keuangan dan kemampuan membuat keputusan ekonomi yang baik (Anggraeni, 2015).

Belanja Online

Aktivitas jual-beli melalui internet, baik di situs belanja maupun *web browser*. Belanja online memungkinkan pembeli berbelanja secara *real-time*, dengan berbagai pilihan pembayaran seperti *Cash on Delivery*, minimarket, *mobile banking*, dan transfer bank (Della & Trisni, 2021).

Perilaku Konsumtif

Perilaku melakukan transaksi pembelian produk dengan boros, bahkan untuk sesuatu yang tidak dibutuhkan (Warsidi, 2021). Perilaku konsumtif adalah sebuah kondisi dimana individu membeli dan mengonsumsi sebuah produk secara berlebihan dan tidak terencana karena didorong oleh keinginan untuk memuaskan kesenangan dan tidak berdasarkan oleh kebutuhannya.

3. Metode Penelitian

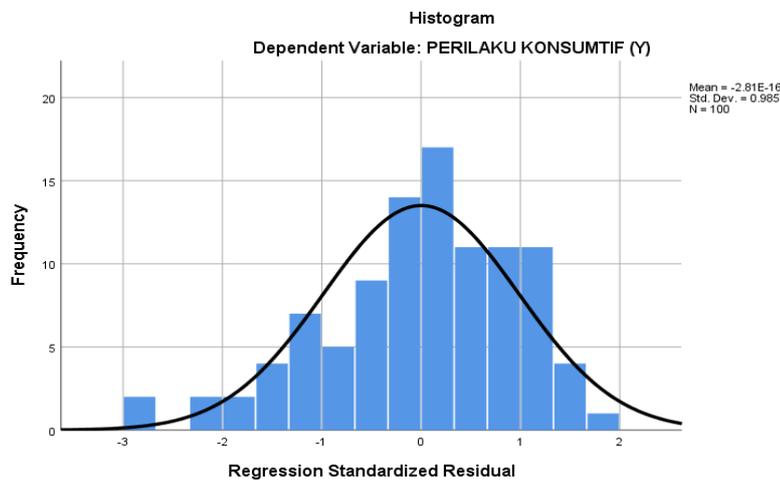
Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Prima Indonesia yang berlokasi di Jl. Sampul No.3, Sei Putih Bar., Kec. Medan Petisah, Kota Medan, Sumatera Utara 20118 dengan waktu penelitian pada bulan September 2024 – Januari 2025. Populasi merujuk pada representasi dari keseluruhan entitas yang memiliki kriteria tertentu, untuk diambil sebuah kesimpulan menurut Sugiyono (2019:126). Karakteristik dan jumlah subjek atau objek ini ditetapkan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitiannya, yang kemudian akan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Dalam konteks studi ini, populasi yang menjadi fokus ialah mahasiswa aktif Fakultas Hukum di Universitas Prima Indonesia tahun 2019 - 2024, dengan jumlah keseluruhan

2.382 mahasiswa. Dalam sebuah studi, sampel adalah representasi dari populasi yang lebih besar, dipilih dengan tujuan untuk mencerminkan karakteristik-karakteristik kunci dari populasi (Sugiyono, 2019:127). Studi ini menerapkan teknik non-probability sampling dalam memperoleh sampel. Lebih lanjut, jenis non-probability sampling studi ini adalah purposive sampling. Kriteria pemilihan sampel ialah mahasiswa aktif Fakultas Hukum Universitas Prima Indonesia tahun 2019-2024. Jadi, jumlah sampel studi ini sebanyak 100 orang dari keseluruhan mahasiswa aktif fakultas Hukum di Universitas Prima Indonesia tahun 2019 – 2024.

4. Hasil dan Pembahasan

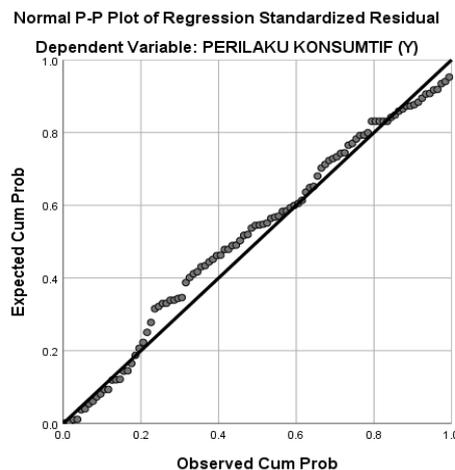
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogramnya dan *normal probability plot of regression* menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka grafik histogram *normal probability plot of regression* tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.31013666
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.048
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.087 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,087 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

1. Tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10.
2. Terjadi multikolinieritas apabila nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar atau sama dengan 10.

Tabel 2. Multicollinearity Test

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	DOMPET DIGITAL (X1)	.559	1.790
	LITERASI KEUANGAN (X2)	.514	1.944
	BELANJA ONLINE (X3)	.523	1.913

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui penyimpangan asumsi regresi, apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual dalam sebuah pengamatan dari model regresi. Model regresi yang baik adalah terbebas dari gejala atau gangguan asumsi heteroskedastisitas. Jika akan mencoba meregresikan variabel bebasnya dengan variabel residualnya menggunakan uji Glejser.

Tabel 3. Heteroskedasticity Test

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.470	6.535		1.296	.198
	DOMPET DIGITAL (X1)	-.088	.160	-.075	-.552	.583
	LITERASI KEUANGAN (X2)	.012	.201	.009	.060	.952
	BELANJA ONLINE (X3)	.078	.148	.075	.531	.597

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa tingkat signifikansi (p-value) untuk seluruh variabel independen yang diuji melampaui batas 0,05. Dengan kata lain, tidak terdapat pola sistematis atau penyebaran yang tidak merata pada residual atau homoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.894	2.471		.276	.783
	DOMPET DIGITAL (X1)	0.518	.156	.221	3.018	.000
	LITERASI KEUANGAN (X2)	0.530	.323	.046	4.403	.001
	BELANJA ONLINE (X3)	0.988	.037	.472	7.175	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Sumber: Data diolah, 2025

$$Y = 5.894 + b_1 \cdot 0.518 + b_2 \cdot 0.530 + b_3 \cdot 0.988$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Jika dompet digital (X1), literasi keuangan (X2) dan belanja online (X3) sama-sama 0 maka perilaku konsumtif (Y) adalah 5.894.
2. Dengan asumsi variabel independen lainnya tetap konstan, maka koefisien regresi variabel dompet digital (X1) sebesar 0.518.
3. Jika adanya peningkatan terhadap literasi keuangan (X2) maka perilaku konsumtif (Y) sebesar 0.530
4. Jika adanya peningkatan terhadap belanja online (X3) maka perilaku konsumtif (Y) sebesar 0.988.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Ini dapat dilakukan dengan menggunakan *Adjusted R Square*.

Tabel 5.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.798 ^a	0.658	.0.638	2.485

a. Predictors: (Constant), BELANJA ONLINE (X3), DOMPET DIGITAL (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan analisis statistik, nilai R^2 adalah 0,638 atau 63%. Artinya, variabel dompet digital (X1), literasi keuangan (X2), dan belanja online (X3) secara bersama-sama menjelaskan 63% variasi dalam perilaku konsumtif. Adapun 37% berasal dari faktor lain.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6.

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7066.750	3	2355.583	17.857	.000 ^b
	Residual	12664.000	96	131.917		
	Total	19730.750	99			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

b. Predictors: (Constant), BELANJA ONLINE (X3), DOMPET DIGITAL (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil di atas menggambarkan bahwa nilai F hitung (17.857) melampaui nilai F tabel (2.70), dengan nilai Sig. $0.000 < 0.05$. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa secara simultan, variabel dompet digital, literasi keuangan, dan belanja online berpengaruh positif pada perilaku konsumtif.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7.

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.894	2.471		.276	.783
DOMPET DIGITAL (X1)	0.518	.156	.221	3.018	.000
LITERASI KEUANGAN (X2)	0.530	.323	.046	4.403	.001
BELANJA ONLINE (X3)	0.988	.037	.472	7.175	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Dompert digital (X1) secara parsial memberikan dampak positif signifikan pada perilaku konsumtif. Hal tersebut didukung dari nilai t hitung 3,018 yang melampaui t tabel 1,984, serta nilai Sig. $0,000 < 0,05$.
2. Literasi keuangan (X2) juga menunjukkan dampak positif signifikan secara parsial pada perilaku konsumtif. Hal tersebut didukung dari nilai t hitung 4,403 > t tabel 1,984, dan nilai Sig. $0,001 < 0,05$.
3. Belanja online (X3) berdampak positif dan signifikan secara parsial pada perilaku konsumtif. Hal tersebut tercermin dari nilai t hitung 7,175 > t tabel 1,984, dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dompert digital terbukti memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan, di mana peningkatan penggunaan dompet digital sejalan dengan peningkatan perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh nilai t hitung 3,018 > t tabel 1,984, dengan nilai Sig. 0,000.
2. Literasi keuangan berdampak dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa, artinya, mereka dengan pemahaman keuangan yang baik menunjukkan perilaku konsumtif. Hal tersebut didukung nilai t hitung 4,403 > t tabel 1,984, dengan nilai Sig. 0,001.
3. Belanja online terbukti memberikan pengaruh perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan, di mana semakin sering mahasiswa berbelanja online, semakin tinggi pula tingkat konsumtif mereka. Hal tersebut didukung oleh nilai t hitung 7,175 > t tabel 1,984, dengan nilai Sig. 0,000.
4. Dompert digital, literasi keuangan, dan belanja online berdampak dan signifikan pada perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan. Hal tersebut didukung oleh nilai F hitung 17,857 > F tabel 2,70, dengan nilai Sig. 0,000.

Saran

Saran hasil penelitian adalah:

1. Bagi peneliti lainnya, harapannya terdapat studi lebih lanjut guna mengungkap faktor lain yang turut memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti juga dapat melakukan studi komparatif antara negara dengan tingkat literasi keuangan yang berbeda untuk melihat bagaimana literasi keuangan memoderasi dampak dompet digital dan belanja online pada perilaku konsumtif.
2. Untuk perusahaan: Perusahaan, baik penyedia dompet digital maupun belanja online, diharapkan terus meningkatkan kualitas layanan mereka.

Daftar Pustaka

- Ali, J. M., & Gopalan, L. V. (2018). E-Wallet Payment: SWOT Analysis from Customer Perception. *International Journal of Recent Research Aspects*, 155-158.
- Andriani, D., & Nugraha, N. (2018). Spending Habits and Financial Literacy Based on Gender on Employees. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012089>
- Arohman, & Vianda, N. C. (2020). Analisis Pengaruh Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa FEB UMPRI. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 11(2), 134-145.
- Chen, H., & Volpe, R. (2002). Gender Differences in Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 11(3), 289.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319-339. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29-35. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Dikria, O., & Widjaja, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128-139.
- Fauziah, N., & Nurhasanah, N. (2020). The Effect of the Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of STEI SEBI Students. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 63-84. <https://doi.org/10.46899/jeps.v8i1.176>
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239-250.
- Halimatussakdiyah, Martono, S., & Sudarma, K. (2019). Influence of Lifestyle and Financial Literacy on Consumptive Behavior Through Self-Control of UNISNU FEB College Students Jepara. *Journal of Economic Education*, 8(1), 75-80.
- Harisandi, P., & Wiyamo. (2023). Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Aplikasi Alfagift-Alfamart. *Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 7(1), 173-179.
- Kamil, I., & Istianingsih. (2020). Spending Behavior as an Impact of Lifestyle and Financial Literation in the Intensity of Use of Mobile Payment Services. *TEST Engineering & Management*, 83, 29120-29132.
- Karo-Karo, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Skripsi*, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta.
- Karim, L. M. (2023). Pengaruh Digital Payment, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2020). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019. *OJK*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-2019.aspx>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Sari, D. E., Tiara, Narimo, S., & Saputra, R. C. (2020). The Effect of Financial Literacy and Pocket Money on Consumer Behavior of Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) Students. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 4235-4237.
- Wulantika, L., & Zein, S. R. (2020). E-Wallet Effects on Community Behavior. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012121>