

Pengaruh Penggunaan E-Wallet Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui *Financial Behavior* Sebagai Variabel Mediasi

Andi Dina Fadlia Mattoreang¹, Mira², Abdul Salam³ Ansyarif Khalid⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar dengan *financial behavior* sebagai variabel mediasi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS terhadap 96 responden, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan dan dominan dalam meningkatkan perilaku konsumtif, sementara *financial behavior* berpengaruh negatif signifikan yang berarti perilaku keuangan yang baik dapat menekan sifat konsumtif. Namun, penggunaan *e-wallet* tidak ditemukan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif maupun *financial behavior*, dan *financial behavior* tidak terbukti mampu memediasi hubungan antar variabel. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya penguatan kontrol diri dan literasi keuangan bagi mahasiswa agar mampu mengelola gaya hidup di era digital guna menghindari perilaku konsumsi yang berlebihan..

Kata Kunci: *E-wallet*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, *Financial Behavior*.

Abstract

This study aims to analyze the influence of e-wallet usage and lifestyle on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Muhammadiyah Makassar, with financial behavior as a mediating variable. Using a quantitative approach with SEM-PLS method on 96 respondents, the results indicate that lifestyle has a significant and dominant influence on increasing consumptive behavior, while financial behavior has a significant negative effect, meaning that better financial behavior can suppress consumptive habits. However, e-wallet usage was found to have no significant effect on either consumptive behavior or financial behavior, and financial behavior was not proven to mediate the relationship between variables. These findings imply the importance of strengthening self-control and financial literacy for students to manage their lifestyle in the digital era to avoid excessive consumption.

Keywords: *E-wallet*, Lifestyle, Consumptive Behavior, *Financial Behavior*.

Korespondensi:

Andi Dina Fadlia Mattoreang
(andidinafadlia@gmail.com)

Submit: 23 Januari 2026

Revisi: 12 Maret 2026

Diterima: 28 Maret 2026

Terbit: 1 April 2026



1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital di Indonesia kini menjadi salah satu yang tercepat di Asia Tenggara, memicu transformasi signifikan pada berbagai sektor, khususnya ekonomi. Digitalisasi telah mengubah paradigma transaksi tradisional menjadi sistem berbasis teknologi; pasar fisik kini tergantikan oleh platform *e-commerce*. Fenomena belanja daring ini pun telah menjadi tren gaya hidup yang dominan di kalangan generasi milenial (Dewi et al., 2021). Pesatnya kemajuan era digital telah memicu tren transaksi nontunai sebagai elemen krusial dalam sistem keuangan modern. Penggunaan dompet digital (*e-wallet*) kini menjadi pilihan utama masyarakat, yang pada akhirnya membentuk fenomena *cashless society* (Harseno, 2021). Kondisi ini dicirikan oleh kecenderungan mayoritas individu yang lebih memprioritaskan metode pembayaran digital dibandingkan uang tunai dalam setiap aktivitas transaksi mereka (Marsela et al., 2022)

Kemajuan teknologi yang signifikan telah memicu transformasi besar, salah satunya melalui kehadiran *financial technology* (fintech) di sektor keuangan. Di antara berbagai subsektor yang ada, layanan pembayaran digital menjadi instrumen yang paling diminati, di mana *e-wallet* muncul sebagai produk unggulan yang paling luas diadopsi oleh publik (Rahmayanti & Kencana, 2025). Perkembangan ini mengindikasikan bahwa digitalisasi keuangan tengah mereformasi perilaku transaksi masyarakat, terutama pada kelompok generasi muda. Transformasi teknologi digital telah mendisrupsi pola kehidupan masyarakat secara luas, terutama dalam

mekanisme transaksi keuangan. Salah satu manifestasi utamanya adalah adopsi *e-wallet* yang kini telah terintegrasi sebagai gaya hidup, khususnya pada segmen mahasiswa dan generasi muda. Efisiensi dan fleksibilitas yang ditawarkan menjadikan dompet digital sebagai instrumen favorit, karena memungkinkan pembayaran instan melalui pemindaian kode QR tanpa ketergantungan pada uang fisik. Selain itu, keunggulan fitur pencatatan otomatis pada platform ini memudahkan pengguna dalam memantau saldo serta rincian pengeluaran secara akurat melalui perangkat digital (Hasibuan et al., 2024).

Berdasarkan survei *Indonesia Fintech Trends 2025* yang dirilis oleh Jajak Pendapat (JakPat), dompet digital (*e-wallet*) mengukuhkan posisinya sebagai produk teknologi keuangan paling dominan di Indonesia dengan tingkat penggunaan mencapai 80% dari 2.041 responden (Wafa, 2025). Dominasi ini melampaui layanan lain seperti *paylater* dan pinjaman daring. Peningkatan signifikan ini sangat terlihat pada Generasi Z, yang memiliki karakteristik adaptasi teknologi yang khas. Mariana et al. (2025) menekankan bahwa gaya hidup Gen Z yang dinamis serta adanya berbagai insentif seperti promo, diskon, dan *cashback* dari hasil kerja sama dengan berbagai *merchant* menjadi faktor penentu tingginya loyalitas mereka terhadap *e-wallet*.

Platform *marketplace* secara konsisten menawarkan promosi dan diskon yang berpotensi memicu perilaku konsumtif, terutama karena adanya rasa takut kehilangan kesempatan (*fear of missing out*) jika melewatkan harga terbaik. Fenomena ini sangat relevan bagi Generasi Z, khususnya mahasiswa, yang mengutamakan kecepatan, kepraktisan, dan keamanan transaksi digital (Dewi et al., 2021). Meskipun *e-wallet* memberikan efisiensi luar biasa dan keuntungan finansial melalui *cashback*, kemudahan ini sering kali menjadi "pisau bermata dua." Insentif promosi tersebut cenderung melemahkan pengendalian diri mahasiswa, yang memicu keputusan belanja impulsif tanpa pertimbangan matang mengenai nilai guna barang yang dibeli.

Meskipun studi terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi, temuan terkini mengindikasikan bahwa adopsi *e-wallet* tidak selalu memberikan dampak positif. Aksesibilitas transaksi digital berisiko memicu perilaku negatif, di mana pengguna cenderung mengikuti tren secara impulsif dan kehilangan kendali atas manajemen keuangan mereka. Menurut Mariana et al. (2025), fenomena ini terjadi karena transaksi digital sering kali memberikan efek psikologis berupa beban pengeluaran yang terasa lebih ringan dibandingkan saat menggunakan uang tunai, sehingga secara tidak sadar mendorong pola konsumsi yang berlebihan.

Berdasarkan tinjauan tersebut, dapat disimpulkan bahwa *e-wallet* memberikan pengaruh ganda terhadap perilaku ekonomi generasi muda. Meskipun menawarkan efisiensi dan fleksibilitas transaksi, kemudahan sistem serta masifnya program promosi berisiko mendistorsi perilaku keuangan (*financial behavior*) dan memicu pola konsumsi yang berlebihan. Hal ini menjadi krusial bagi mahasiswa yang sedang dalam masa transisi pengelolaan keuangan mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *financial behavior* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

2. Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjumlah 2.326 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *proportional sampling*, di mana jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh 96 responden.

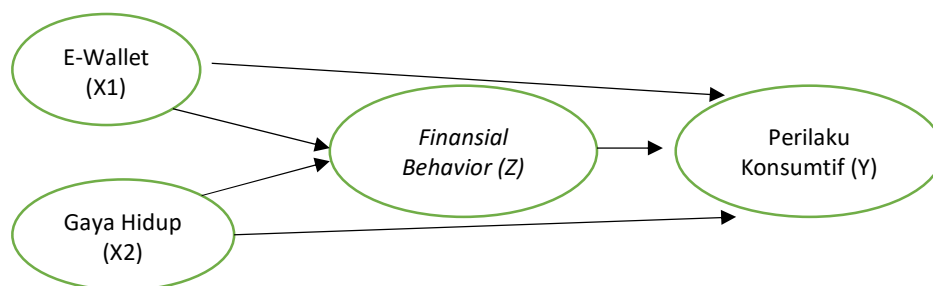
Data yang digunakan adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer. Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuesioner yang disebarluaskan melalui *Google Form* kepada responden. Untuk teknik analisis data, penelitian ini menerapkan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 4.0*. Tahapan analisis meliputi evaluasi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas, serta *inner model* untuk pengujian hipotesis (Yamin, 2021).

Tahap pertama dalam analisis data ini adalah evaluasi *Outer Model* atau model pengukuran untuk memastikan bahwa setiap indikator variabel valid dan reliabel. Validitas diuji melalui *Convergent Validity* dengan melihat nilai *Outer Loading* yang harus di atas 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,50, serta melalui *Discriminant Validity* untuk memastikan setiap variabel unik secara empiris. Selain itu, dilakukan uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dengan ambang batas masing-masing 0,60 dan 0,70 guna menjamin konsistensi jawaban responden.

Tahap kedua adalah evaluasi *Inner Model* atau model struktural yang bertujuan untuk melihat kekuatan prediksi dan hubungan antar variabel laten. Peneliti mengukur nilai Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Selain itu, dilakukan analisis *Effect Size* (f^2) untuk melihat kontribusi spesifik setiap variabel serta penilaian *Model Fit* guna memastikan bahwa model yang dibangun secara keseluruhan telah sesuai dengan data lapangan.

Tahap terakhir adalah pengujian hipotesis melalui prosedur *Bootstrapping* untuk menentukan signifikansi pengaruh antar variabel. Dalam tahap ini, hipotesis dinyatakan diterima apabila memiliki nilai *T-statistics* lebih

besar dari 1,96 dan nilai *P-value* kurang dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5%. Analisis ini mencakup pengujian pengaruh langsung penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, serta pengaruh tidak langsungnya melalui *financial behavior* sebagai variabel mediasi.



Gambar 1. Model penelitian

- H₁: Penggunaan *E-wallet* (X₁) berpengaruh positif terhadap *financial behavior* (Z).
- H₂: Gaya Hidup (X₂) berpengaruh positif terhadap *financial behavior* (Z).
- H₃: Penggunaan *E-wallet* (X₁) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).
- H₄: Gaya Hidup (X₂) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).
- H₅: *Financial behavior* (Z) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Y).
- H₆: Penggunaan *E-wallet* (X₁) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *financial behavior* (Z).
- H₇: Gaya Hidup (X₂) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui *financial behavior* (Z).

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode SEM (structural Equation Modeling) yang menggunakan basis PLS (Partial least square) dengan menggunakan alat bantu software SmartPLS (Partial least square) dengan menggunakan 2 tahap penelitian untuk menilai *fit* model dari sebuah Penelitian

Tabel 1. Nilai AVE dan R²

Variabel	Average variance extracted (AVE)	R- square
Penerimaan <i>E-wallet</i>	0.594	
Gaya Hidup	0.584	
<i>Financial Behavior</i>	0.639	0.065
<i>Perilaku konsumtif</i>	0.748	0.456
<i>Average</i>	0.641	0.261

Sumber: *SmartPLS v.4.1.1.6 (2026)*

Perhitungan *Goodness of Fit* dilakukan dengan menggunakan rumus dalam konteks penelitian ini.

$$GoF = \sqrt{AAVE} \times \sqrt{AARS} = \sqrt{0.641} \times \sqrt{0.261} = \sqrt{0.167} = 0.409$$

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai GoF sebesar 0,409, yang menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat kelayakan yang tinggi (*good fit*). Mengingat angka tersebut melampaui ambang batas 0,36 untuk kategori *fit* yang kuat, maka dapat disimpulkan bahwa model mampu merepresentasikan data secara akurat dan valid untuk digunakan dalam analisis tahap selanjutnya.

Berdasarkan evaluasi *model fit*, nilai SRMR sebesar 0,088 mengonfirmasi bahwa model penelitian telah memenuhi standar kelayakan yang ditetapkan. Di sisi lain, nilai NFI sebesar 0,722 menempatkan model pada kategori *marginal fit*. Meski demikian, secara keseluruhan model ini dinilai masih memadai dan layak untuk digunakan dalam tahapan analisis selanjutnya.

Tabel 2. R-square (R^2)

Variabel dependen	R-square	R-square adjusted
<i>Financial behavior</i>	0.065	0.045
Perilaku Konsumtif	0.456	0.438

Nilai *R-square* untuk variabel *financial behavior* adalah sebesar 0,065. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup hanya mampu menjelaskan 6,5% variasi dalam perilaku keuangan responden, sementara 93,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan model penelitian ini. Angka tersebut menunjukkan hubungan yang tergolong lemah, yang berarti *financial behavior* mahasiswa lebih dominan ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model ini.

Sementara itu, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai *R-square* sebesar 0,456. Angka ini masuk dalam kategori sedang, yang berarti sebesar 45,6% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang ada di dalam model. Adapun 54,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya yang tidak dimasukkan dalam kerangka penelitian ini.

Tabel 3. Effect Size (F^2)

Variabel	Penggunaan E-Wallet	Gaya hidup	Finansial behavior	Perilaku konsumtif
Penerimaan <i>E-wallet</i>			0.006	0.004
Gaya Hidup			0.043	0.768
<i>Financial Behavior</i>				0.081
<i>Perilaku konsumtif</i>				
<i>Average</i>	0.641	0.261		

Hasil pengujian F^2 menunjukkan bahwa gaya hidup merupakan faktor paling dominan dalam memicu perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai F^2 sebesar 0,768, yang masuk dalam kategori efek besar. Sebaliknya, variabel *financial behavior* hanya memberikan kontribusi kecil terhadap perilaku konsumtif ($F^2 = 0,081$), yang mengindikasikan bahwa meskipun pengelolaan keuangan berpengaruh, kekuatannya tidak mampu menandingi dorongan gaya hidup. Hal ini menegaskan bahwa kecenderungan konsumtif responden lebih banyak didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren dan pola hidup dibandingkan pertimbangan manajemen keuangan.

Di sisi lain, penggunaan *e-wallet* ditemukan memiliki pengaruh yang sangat lemah terhadap *financial behavior* ($F^2 = 0,006$) maupun perilaku konsumtif ($F^2 = 0,004$). Begitu pula dengan pengaruh gaya hidup terhadap *financial behavior* yang tergolong kecil dengan nilai 0,043. Rendahnya nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa keberadaan dompet digital bukan merupakan faktor penentu dalam mengubah perilaku keuangan atau tingkat konsumsi mahasiswa dalam model ini. Dengan demikian, perubahan pada perilaku keuangan mahasiswa kemungkinan besar dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan melalui metode *bootstrapping* untuk mengevaluasi pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistics* melampaui nilai kritis 1,96 dan *p-value* berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05 (5%).

Tabel 4. Direct Effect dan Indirect Effect

	Original sample (O)	T-statistics	P-values	Hasil
X1. -> Y.	-0.048	0.455	0.325	Ditolak
X1. -> Z.	0.08	0.313	0.377	Ditolak
X2. -> Y.	0.709	8.3	0.000	Diterima
X2. -> Z.	0.215	0.927	0.177	Ditolak
Z. -> Y.	-0.217	2.518	0.006	Diterima
X1. -> Z. -> Y.	-0.017	0.267	0.395	Ditolak
X2. -> Z. -> Y.	-0.047	0.884	0.188	Ditolak

Berdasarkan analisis *bootstrapping*, dari tujuh hipotesis yang diuji, hanya dua yang terbukti signifikan. Gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan sangat kuat terhadap perilaku konsumtif (Y) dengan koefisien 0,709 ($t=8,300$; $P<0,05$). Sementara itu, perilaku keuangan (Z) memiliki pengaruh signifikan dengan arah negatif terhadap perilaku konsumtif (koefisien -0,217; $t=2,518$; $P=0,006$), yang berarti manajemen keuangan yang baik efektif menekan sifat konsumtif.

Sebaliknya, penggunaan *e-wallet* (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif maupun perilaku keuangan ($P > 0,05$). Hasil uji mediasi juga menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ($P = 0,395$ dan $P = 0,188$). Hal ini menyimpulkan bahwa faktor pendorong utama konsumerisme mahasiswa dalam penelitian ini adalah gaya hidup, bukan kemudahan teknologi pembayaran atau tingkat literasi keuangan mereka.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak secara langsung mendorong mahasiswa menjadi lebih konsumtif maupun memengaruhi perilaku keuangan mereka. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, kemudahan teknologi hanya berfungsi sebagai sarana transaksi (*perceived behavioral control*), sementara keputusan belanja dan pengelolaan anggaran tetap bergantung pada kontrol diri serta pertimbangan rasional individu. Sebaliknya, gaya hidup ditemukan sebagai faktor paling dominan yang memicu perilaku konsumtif, dipengaruhi secara signifikan oleh paparan media sosial dan tren viral yang menciptakan kebutuhan akan preferensi simbolik di lingkungan pergaulan. Hal ini menegaskan bahwa meskipun mahasiswa terpapar gaya hidup yang aktif, mereka cenderung memisahkan antara aktivitas sosial dengan tanggung jawab finansial mereka.

Pengaruh Penggunaan *E-wallet* terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak memiliki korelasi langsung terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Meski menawarkan efisiensi dan kepraktisan, aksesibilitas teknologi ini tidak serta-merta memicu pembelian impulsif. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* Ajzen, 1991, perilaku konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan akses (*perceived behavioral control*), tetapi juga oleh sikap dan pertimbangan rasional. Mahasiswa cenderung tetap memprioritaskan kebutuhan serta kondisi finansial di atas godaan promosi. Hal ini menegaskan bahwa kontrol diri dan literasi keuangan jauh lebih determinan dalam membentuk pola konsumsi dibandingkan sekadar kemudahan teknologi pembayaran.

Pengaruh Penggunaan *E-wallet* terhadap *Financial behavior*

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial behavior* mahasiswa. Temuan tersebut mengindikasikan adanya pemisahan antara instrumen pembayaran dengan pola pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa cenderung mempertahankan kebiasaan manajerial seperti penyusunan anggaran dan pembatasan pengeluaran berdasarkan uang saku, tanpa dipengaruhi oleh jenis media transaksi yang digunakan. Sejalan dengan teori *financial management behavior* perilaku keuangan lebih merupakan manifestasi dari literasi, pengalaman, dan kebiasaan jangka panjang. Dalam konteks ini, *e-wallet* hanya dipandang sebagai alat bantu transaksi teknis yang tidak cukup kuat untuk mengintervensi kontrol diri atau mengubah struktur perilaku keuangan mahasiswa secara fundamental.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup merupakan determinan signifikan yang membentuk perilaku konsumtif mahasiswa. Di era digital, pola konsumsi mahasiswa sangat dipengaruhi oleh dinamika media sosial, tren viral, dan tekanan lingkungan pergaulan. Mahasiswa yang terpapar konten populer cenderung terdorong untuk mengonsumsi produk demi nilai simbolik dan partisipasi sosial, bukan sekadar pemenuhan fungsi materi. Meskipun gaya hidup menjadi pendorong utama melalui pengaruh sosial, intensitas konsumsi tersebut tetap dimoderasi oleh kontrol diri dan kondisi finansial masing-masing individu.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap *Financial behavior*

Pengujian membuktikan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *financial behavior* mahasiswa. Temuan ini menegaskan adanya pemisahan antara preferensi aktivitas sosial dan pola pengelolaan keuangan pribadi. Meskipun mahasiswa aktif mengikuti tren atau terlibat dalam dinamika sosial, hal tersebut tidak secara otomatis mendegradasi kualitas manajemen finansial mereka. Secara teoritis, perilaku keuangan lebih berakar pada literasi keuangan, pengalaman, serta regulasi diri yang kuat daripada sekadar mengikuti arus gaya hidup. Mahasiswa menunjukkan kemampuan untuk menyeimbangkan antara partisipasi dalam tren dengan tanggung jawab finansial, di mana pengeluaran tetap disesuaikan dengan kapasitas anggaran yang tersedia. Dengan demikian, gaya hidup dan tata kelola keuangan merupakan dua dimensi yang independen dalam konteks penelitian ini.

Pengaruh *Financial behavior* terhadap Perilaku Konsumtif

Financial behavior memegang peranan krusial sebagai instrumen pengendali perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Kemampuan dalam merencanakan anggaran, mengevaluasi kondisi finansial sebelum bertransaksi, dan konsistensi dalam menabung terbukti efektif dalam meredam impulsivitas belanja. Secara teoretis, hal ini selaras dengan konsep *self-control* dalam keuangan (Dew & Xiao, 2011), yang menyatakan bahwa

individu dengan perencanaan matang serta kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan akan cenderung bertindak rasional. Temuan ini menegaskan bahwa kesadaran finansial berfungsi sebagai mekanisme protektif; mahasiswa tidak sekadar mengikuti preferensi pribadi, melainkan melakukan pertimbangan logis berbasis kapasitas keuangan yang tersedia

Peran Financial behavior sebagai Variabel Mediasi

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa financial behavior tidak berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan e-wallet maupun gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Mengacu pada kerangka Baron & Kenny 1986, variabel mediasi seharusnya mampu menjelaskan mekanisme bagaimana variabel independen memengaruhi dependen. Namun, dalam studi ini, penggunaan e-wallet dipandang murni sebagai instrumen transaksi yang praktis dan tidak secara otomatis mengintervensi kebiasaan pengelolaan keuangan mahasiswa. Begitu pula pada variabel gaya hidup; meskipun berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif, pengaruh tersebut tidak terakomodasi melalui jalur financial behavior. Hal ini mengindikasikan bahwa dorongan konsumsi mahasiswa lebih didominasi oleh faktor sosial dan tren dibandingkan evaluasi finansial yang mendalam. Dengan demikian, literasi keuangan dan kontrol diri tetap menjadi faktor mandiri yang krusial dalam membentuk perilaku keuangan sehat, tanpa bergantung pada perubahan teknologi pembayaran atau dinamika gaya hidup.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan utama. Pertama, penggunaan *e-wallet* terbukti tidak memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, karena teknologi ini lebih dipandang sebagai alat transaksi praktis daripada pendorong konsumsi berlebihan. Sebaliknya, gaya hidup ditemukan berpengaruh positif dan signifikan, di mana semakin kuat kecenderungan mahasiswa mengikuti tren sosial, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mereka.

Di sisi lain, baik penggunaan *e-wallet* maupun gaya hidup tidak memberikan pengaruh terhadap *financial behavior* (perilaku keuangan) mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa metode pembayaran digital dan pola hidup seseorang tidak secara otomatis mencerminkan bagaimana mereka merencanakan atau mengelola keuangan pribadi. Namun, ditemukan bahwa *financial behavior* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif; artinya, semakin bijak dan tertata pengelolaan keuangan seorang mahasiswa, maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya.

Terakhir, variabel *financial behavior* dinyatakan tidak mampu menjalankan peran sebagai variabel mediasi, baik dalam hubungan antara penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku konsumtif, maupun dalam hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif lebih banyak dipengaruhi secara langsung oleh faktor gaya hidup dan kontrol keuangan pribadi dibandingkan oleh sarana transaksi digital yang digunakan.

Daftar Pustaka

- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4). <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>
- Hasibuan, M. H., Rahmani, N. A. B., & Aslami, N. (2024). Analisis Penggunaan Fitur Pembayaran Online E-Commerce Dan Top Up E-Wallet Terhadap Kenyamanan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Sumatera Utara). *Jesya*, 7(2), 2121–2133. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1772>
- Mariana, R., Wahyuni, R., Rahmat, A., & Oskar, D. P. (2025). Peran Self-Control Sebagai Mediasi Penggunaan E-Wallet dan Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Psyche 165 Journal*, 18, 47–52. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- Marsela, A. D., Nathanael, J., & Marchelyta, N. (2022). Penggunaan E-Wallet sebagai Kemajuan Teknologi Digital dalam Menentukan Preferensi Masyarakat di Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial*, 1, 784–790.
- Rahmayanti, A. P., & Kencana, W. H. (2025). *Analisis Perilaku Generasi X Dan Generasi Z Dalam Pemanfaatan Penggunaan E-Wallet Gopay*. 9(1).
- Solomon, M., Dann, S., Dann, S., & Russell-Bennett, R. (2018). *Consumer behaviour : buying, having, being*.
- Tanos, K., & Komaria, N. (2020). Struktur Pasar Fintech E-Wallet di Indonesia. *INDEF Bimonthly Brief*.
- Wafa, I. (2025). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025*. Jakpat.
- Yamin, S. (2021). *Seri ebook statistik olah data statistik: SmartPLS 3, AMOS, dan Stata (Mudah dan praktis)* (1st ed.). PT Dewangga Energi Internasional.