

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-Wallet* terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Penulis:

Nenden Susilowati¹, Nur Hasanah Febriana², Imelda Wiguna³, Giofani Putri Utami⁴, Hera Estre Mulyani⁵

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta
Jl. Colombo No.1 Karangmalang Yogyakarta 55281

Email: nendensusilowati87@uny.ac.id nurhasanah.2023@student.uny.ac.id
imeldawiguna.2023@student.uny.ac.id giofaniputri.2023@student.uny.ac.id
heraester.2023@student.uny.ac.id

History of article: Received: 24 Agustus 2025, Revision: 15 November 2025, Published: 29 Desember 2025
DOI: 10.33197/jabe.vol11.iss2.2025.3371

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menginvestigasi dampak bersamaan dari literasi keuangan dan pemanfaatan *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta. Desain yang diterapkan dalam studi ini digunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan analisis regresi linear ganda. Pengumpulan data dilakukan dengan mengedarkan kuesioner yang telah teruji keabsahan dan konsistensinya, dengan sampel mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Proses analisis data dilakukan melalui uji F untuk menentukan dampak simultan variabel independen pada variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa penguasaan literasi keuangan yang lebih baik mampu membantu mahasiswa mengendalikan perilaku konsumtif meskipun penggunaan *e-wallet* semakin meluas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan pemahaman tentang keuangan sangat penting agar mahasiswa dapat menggunakan layanan keuangan digital dengan lebih bijak pada era modern ini.

Kata Kunci: *E-Wallet*, Layanan Digital, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Teknologi digital telah menghadirkan transformasi besar di beragam sisi kehidupan, termasuk di dalam aktivitas keuangan. Salah satu bentuk inovasi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama generasi muda, adalah dompet digital atau dompet elektronik (*e-wallet*). Ketersediaan *e-wallet* memudahkan, mempercepat, dan mengamankan transaksi keuangan. Namun, kemudahan ini juga dapat menyebabkan pengeluaran yang lebih impulsif apabila tidak didukung oleh pemahaman keuangan yang cukup.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk menelaah, mengatur, dan membuat keputusan finansial yang bijak. Begitu juga Chaidir *et al.* (2020) juga mengungkapkan pendapatnya bahwa Literasi keuangan merupakan kapasitas dan keahlian untuk mengambil keputusan yang baik dalam mengelola uang. Bagi mahasiswa, literasi keuangan sangat penting untuk mengatur uang saku, menabung, dan merencanakan kebutuhan masa depan. Rendahnya tingkat literasi keuangan dapat membuat mahasiswa lebih mudah melakukan pengeluaran impulsif, terutama dengan kemudahan transaksi digital yang ada. Selain itu keputusan pengambilan keuangan juga sangat berpengaruh pada masa yang akan datang (Setiawan, 2020). Fenomena ini sangat relevan untuk mahasiswa akuntansi, yang diharapkan mendapat wawasan yang lebih dalam mengenai persoalan keuangan jika dibandingkan dengan mahasiswa dari jurusan lain. Penelitian yang dilakukan

Apriliansa (2020) berpendapat bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang baik dan signifikan terhadap tingkat keinginan penggunaan *e-wallet*. Namun pada penelitian Annisa *et al.* (2025) menyebutkan bahwa jika tingkat literasi keuangan seseorang tinggi maka akan memberikan pengaruh buruk terhadap minat untuk menggunakan *e-wallet* atau keinginan belanjanya akan lebih terkontrol.

Penelitian-penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku pengeluaran individu. Menurut Desvronita (2021) minat penggunaan merupakan hasrat individu atau motif yang membuatnya ingin melakukan suatu tindakan, terutama jika keinginannya cukup kuat untuk mendorongnya melakukan hal tersebut. Dalam penggunaan *e-wallet* dapat berdampak pada pola konsumsi dengan mendorong belanja lebih sering berkat kemudahan akses transaksi. Namun, hasil penelitian sebelumnya belum konsisten, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana kedua variabel ini mempengaruhi pengeluaran impulsif di kalangan mahasiswa, baik secara bersamaan ataupun terpisah.

Berdasarkan latar belakang ini, studi ini bertujuan untuk menawarkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Yogyakarta. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan terhadap literatur yang ada mengenai literasi keuangan dan perilaku konsumsi mahasiswa, serta memberikan dasar bagi mahasiswa dalam mengatur keuangan mereka dengan lebih bijaksana di era digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Dari penelusuran pustaka kami menemukan beberapa teori tentang literasi keuangan digital, Penggunaan *E-wallet*, serta Perilaku Konsumtif.

Literasi Keuangan

Menurut OJK (2020), "Literasi keuangan adalah sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta tindakan untuk memperbaiki kualitas pengambilan keputusan finansial dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan dibagi menjadi lima kategori, yang terdiri dari (1) Pemahaman konsep keuangan; (2) Kemampuan untuk mengkomunikasikan konsep keuangan; (3) Ketrampilan untuk mengatur keuangan pribadi; (4) Keterampilan untuk membuat keputusan keuangan yang cermat; (5) Keyakinan dalam merencanakan kebutuhan keuangan di masa depan mendatang secara efisien. *Theory of Reasoned Action* (TRA) menyatakan bahwa niat untuk berperilaku mungkin meniru tindakan yang dilakukan setiap orang. *Theory of Reasoned Action* (TRA) dibangun di atas teori-teori lain yang dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action*. Tiga teori utama ini dapat memengaruhi perilaku individu: keyakinan perilaku, keyakinan terhadap hasil suatu tindakan tertentu, dan penilaian atau analisis mengenai hasil tersebut. Keyakinan serta penilaian terhadap hasil tindakan berikutnya akan diterapkan untuk menentukan variabel sikap.

Kedua yaitu *normative belief*, sikap seseorang terhadap norma atau orang lain yang dijadikan acuan. Sebagaimana keluarga, teman, bos, atau penasihat pajak untuk mengizinkan atau menolak melakukan suatu tindakan tertentu. Ketiga yaitu *Control Belief* keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat individu untuk melakukan suatu perilaku, misalnya ketersediaan sumber daya, kesempatan, atau hambatan. *Control belief* ini akan membentuk *Perceived behavioral control* (PBC), yaitu persepsi individu sejauh mana ia merasa mampu atau berdaya untuk mengendalikan suatu perilaku.

Penggunaan *E-Wallet*

E-wallet adalah layanan dalam bidang fintech yang berperan untuk Sistem Pembayaran Digital. *E-wallet* berfungsi sebagai sarana untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa menggunakan uang fisik, biasanya *e-wallet* memanfaatkan aplikasi maupun kartu untuk mendukung proses transaksi, dengan demikian memberikan kemudahan masyarakat untuk saling berhubungan. *Inovation and*

diffusion theory dalam konteks penggunaan *e-wallet*, teori ini menekankan bahwa adopsi uang digital terjadi melalui proses komunikasi dan pengaruh sosial, mulai dari kelompok inovator (*innovators*) hingga mayoritas dan akhirnya laggard.

Faktor-faktor seperti keunggulan relatif (misalnya lebih praktis daripada uang tunai), kompatibilitas dengan gaya hidup modern, kompleksitas penggunaan aplikasi, *trialability* (kemudahan mencoba), serta *observability* (mudah dilihat manfaatnya oleh orang lain) sangat menentukan kecepatan penyebaran *e-wallet* di masyarakat (Shantika *et al.* 2022). Adopsi dan penggunaan teknologi (termasuk *e-wallet*) dipengaruhi oleh pandangan terhadap (*perceived usefulness*) dan pandangan tentang kelancaran akses (*perceived ease of use*). Mahasiswa cenderung menggunakan *e-wallet* karena dianggap praktis dan mendukung kebutuhan konsumsi sehari-hari (Silva, 2015).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu kegiatan membeli produk yang tidak digunakan demi mencapai kebutuhan dasar, namun untuk memuaskan keinginan, dan sering dikerjakan terus-menerus sehingga dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol. TPB (*Theory Of Planned Behavior*) menjelaskan bahwa individu yang memiliki sikap positif terhadap belanja (misalnya melihat konsumsi sebagai cara memperoleh kepuasan atau gaya hidup), merasa mendapat dukungan sosial dari lingkungan (teman atau media yang mendorong belanja), serta memiliki persepsi bahwa dirinya mampu mengakses dan mengendalikan perilaku konsumtif (misalnya karena kemudahan *e-wallet* atau ketersediaan promo), akan memiliki niat lebih besar untuk melakukan konsumsi berlebihan. Dengan kata lain, perilaku konsumtif tidak muncul begitu saja, tetapi merupakan hasil pertimbangan sikap pribadi, tekanan sosial, dan persepsi kontrol individu dalam mengambil keputusan berbelanja (Ajzen, 2020).

Dalam konteks perilaku konsumtif, CCT (*Consumer Culture Theory*) menjelaskan bahwa keputusan individu untuk membeli barang atau menggunakan layanan (misalnya *e-wallet* untuk belanja online) sering kali dipengaruhi oleh faktor budaya konsumsi seperti gaya hidup, tren, citra diri, serta nilai sosial yang ingin ditampilkan. Konsumsi dipandang bukan sekadar transaksi ekonomi, melainkan cara untuk membangun identitas, memperoleh pengakuan sosial, dan mengekspresikan diri. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara individu dengan budaya konsumsi yang berkembang di masyarakat, di mana promosi, simbol status, dan media sosial berperan besar dalam memperkuat dorongan konsumsi (Cross *et al.* 2018).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menjelaskan keterkaitan antara dua atau lebih variabel. Data awal yang dipakai dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa S1 Akuntansi di Universitas Negeri Yogyakarta.

Tabel 1.
Pengukuran Variabel X dan Y

Variabel	Indikator	Skala
Literasi Keuangan (X1)	<ol style="list-style-type: none"> Kemampuan mahasiswa memahami konsep dasar pengelolaan keuangan (<i>saving, budgeting, investasi</i>, dan risiko). Tingkat pemahaman mahasiswa dalam memanfaatkan layanan keuangan digital (<i>e-wallet, mobile banking, fintech</i>) Kemampuan mahasiswa membuat keputusan keuangan yang bijak untuk mengurangi risiko konsumtif. 	1-5

Penggunaan <i>e wallet</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Frekuensi dan intensitas mahasiswa menggunakan <i>e-wallet</i> untuk kebutuhan sehari-hari. 2. Persepsi mahasiswa terhadap kemudahan dan kegunaan <i>e-wallet</i> (praktis, hemat waktu, mendukung gaya hidup). 3. Tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan dan manfaat <i>e-wallet</i> sebagai alat transaksi digital. 	1-5
Perilaku Konsumtif (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap mahasiswa dalam melakukan pembelian impulsif melalui <i>e-wallet</i> (mudah tergoda promo/diskon). 2. Pengaruh lingkungan sosial, tren digital, dan budaya konsumtif terhadap penggunaan <i>e-wallet</i> mahasiswa. 3. Tingkat kontrol diri mahasiswa dalam mengelola keuangan agar tidak berlebihan dalam konsumsi digital 	1-5

Studi ini memanfaatkan metode pemilihan sampel yang terarah atau *purposive sampling*. Pengumpulan data primer tersebut dilaksanakan dengan menyebarkan angket yang berbasis *Google Form* dan kemudian disebarluaskan melalui *WhatsApp*. Subjek penelitian adalah Mahasiswa S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta, dengan populasi penelitian berupa responden yang menggunakan *e-wallet*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 126 orang, yang dibagi menjadi tiga kelas yakni Kelas A sebanyak 42 responden, Kelas B sebanyak 42 responden, dan Kelas C sebanyak 42 responden. Instrumen penelitian memanfaatkan skala likert dengan tingkatan jawaban sebagai berikut; (1) sangat tidak setuju; (2) tidak setuju; (3) netral; (4) setuju; dan (5) sangat setuju. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda, uji F, uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini melibatkan lebih dari satu variabel sebagai indikator, yaitu literasi keuangan (X1), penggunaan *e-wallet* (X2), dan perilaku konsumtif (Y).

Uji Validitas

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	item	R hitung	R tabel	kesimpulan
Pengaruh Literasi Keuangan	P1	0.854	0.146	Valid
	P2	0.825	0.146	Valid
	P3	0.827	0.146	Valid
	P4	0.852	0.146	Valid
	P5	0.919	0.146	Valid
	P6	0.738	0.146	Valid
	P7	0.803	0.146	Valid
	P8	0.877	0.146	Valid
	P9	0.848	0.146	Valid
Penggunaan <i>e-wallet</i>	P1	0.878	0.146	Valid

	P2	0.475	0.146	Valid
	P3	0.751	0.146	Valid
	P4	0.814	0.146	Valid
	P5	0.858	0.146	Valid
	P6	0.717	0.146	Valid
	P7	0.861	0.146	Valid
	P8	0.854	0.146	Valid
	P9	0.907	0.146	Valid
Perilaku konsumtif	P1	0.351	0.146	Valid
	P2	0.853	0.146	Valid
	P3	0.353	0.146	Valid
	P4	0.881	0.146	Valid
	P5	0.771	0.146	Valid
	P6	0.809	0.146	Valid
	P7	0.776	0.146	Valid
	P8	0.797	0.146	Valid

Sumber: Diolah Data Primer 2025

Uji validitas telah dilakukan terhadap seluruh butir pernyataan dalam ketiga variabel penelitian, yaitu literasi keuangan, penggunaan e-wallet, dan perilaku konsumtif, dengan menggunakan rumus derajat kebebasan ($df = N - 2$). Hasil dari uji tersebut menunjukkan bahwa nilai R-tabel adalah sebesar 0.146. Berdasarkan hasil analisis regresi terhadap variabel X1 (literasi keuangan), X2 (penggunaan *e-wallet*), serta Y (perilaku konsumtif), seluruh butir pernyataan terbukti valid, ditunjukkan oleh nilai R-hitung masing-masing yang melampaui nilai R-tabel yang telah ditentukan sebelumnya.

Uji Reliabilitas

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	9	0.956	Reliabel
Penggunaan <i>e wallet</i> (X2)	9	0.876	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y1)	9	0.699	Reliabel

Sumber: Diolah Data Primer 2025

Kesimpulan uji reliabilitas melalui Cronbach's Alpha menghasilkan nilai lebih tinggi dari 0.70 pada setiap variabel. Hal ini membuktikan bahwa instrumen yang digunakan bersifat reliabel, dengan nilai Cronbach's Alpha tercatat sebesar: (1) Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai 0.956, yang jauh di atas batas minimum 0.70. Situasi ini menunjukkan bahwa instrumen pada variabel ini sangat reliabel dan konsisten dalam mengukur konstruk literasi keuangan; (2) Variabel Penggunaan *e-wallet* memperoleh nilai 0.876, yang juga lebih tinggi dari 0.70. Temuan ini menegaskan bahwa instrumen variabel penggunaan *e-wallet* termasuk reliabel dan dapat dipercaya untuk mengukur konstruk yang dimaksud; (3) Variabel Perilaku Konsumtif memiliki nilai 0.699, yang sedikit berada di bawah ambang batas 0.70. Namun, nilai ini masih berada pada kategori mendekati reliabel, sehingga instrumen variabel perilaku konsumtif dapat digunakan meskipun reliabilitasnya relatif lebih rendah dibandingkan dua variabel lainnya. Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian pada variabel literasi keuangan dan penggunaan *e-wallet* sangat reliabel, sementara instrumen pada variabel perilaku konsumtif masih dapat diterima

meskipun berada di batas bawah kriteria. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga instrumen layak digunakan dalam penelitian karena mampu memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4
Hasil Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Indikator	Nilai	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	Asymp.Sig. (2-tailed)	0.215	Sig > 0.05	Data terdistribusi normal
Linieritas	Deviation from Linearity Sig Y*X1	0.565	Sig > 0.05	Terjadi linieritas
	Deviation from Linearity Sig Y*X1	0.720	Sig > 0.05	
Multikolinieritas	Tolerance (X1;X2)	0.996;0.996	Tolerance > 0.10	Tidak terjadi multikolinieritas
	VIF (X1;X2)	1.004;1.004	VIF < 10.00	
Heterokedastisitas	Sig. X1	0.199	Sig > 0.05	Tidak terjadi heterokedastitas
	Sig. X2	0.112		

Sumber: Diolah Data Primer 2025

Pengujian normalitas pada uji ini dilakukan memanfaatkan metode Kolmogorov-Smirnov untuk memastikan data tersebut normal atau tidak. Berdasarkan tabel tersebut terdapat nilai signifikansi sebesar 0.215, nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0.05, oleh sebab itu, bisa dikatakan bahwa informasi yang ada dalam studi ini tersebar dengan cara yang normal. Terbukti melalui uji linearitas, diperoleh hubungan literasi keuangan mengenai perilaku konsumtif menghasilkan nilai signifikansi 0.565 (> 0.05). Adapun hubungan penggunaan *e-wallet* dengan perilaku konsumtif diperoleh hasil menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0.720 (> 0.05). Temuan ini mengindikasikan tidak terdapat penyimpangan dari pola hubungan linear, sehingga hubungan antara kedua variabel sepenuhnya dapat dijelaskan dengan model linear. Dengan kata lain, pola hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku konsumtif bersifat linear.

Uji Multikolinieritas pada pengujian ini memperhatikan nilai VIF dan Tolerance yakni ($X1 = 0.996$; $X2 = 0.996$) > 10 dan ($X1 = 1.004$; $X2 = 1.004$) < 10.00, diperoleh bahwa pada variabel literasi keuangan penggunaan *e-wallet* tidak ditemukan adanya pelanggaran multikolinieritas. Setelah itu diketahui bahwa uji heteroskedastisitas pada variabel Literasi Keuangan ($X1$) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.199 (> 0.05), dapat disimpulkan bahwa variabel ini tidak mengalami heteroskedastisitas. Sementara itu, variabel Penggunaan *e-wallet* ($X2$) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.122 (> 0.05), yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel tersebut. Oleh karenanya, model regresi yang diterapkan dalam kajian ini terhindar dari masalah heteroskedastisitas, maka model tersebut dapat dianggap cocok untuk diterapkan dalam analisis regresi.

Uji Regresi Berganda

$$Y = 43.364 - 0.147X1 - 0.177X2$$

Dari persamaan uji regresi linier berganda dapat diuraikan bahwa nilai konstanta sebesar 43.364 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan ($X1$) dan penggunaan *e-wallet* ($X2$) tidak mengalami perubahan atau bernilai nol, maka perilaku konsumtif (Y) tetap sebesar 43.364. Koefisien regresi

pada variabel literasi keuangan (X1) sebesar -0.147 memiliki tanda negatif yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit pada literasi keuangan justru mengurangi tindakan konsumtif sebesar 0.147 satuan. Sehingga, mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang teratur akan lebih mampu mengendalikan diri dalam berkonsumsi. Selanjutnya regresi pada variabel penggunaan *e-wallet* (X2) sebesar -0.177 juga bernilai nilai negatif. artinya, setiap peningkatan satu unit pada penggunaan *e-wallet* akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0.177. Hal ini bisa terjadi karena *e-wallet* tidak hanya dipakai untuk berkonsumsi berlebihan, tapi juga bisa untuk transaksi digital.

Uji F dan Koefisien Determinasi

Tabel 5
Koefisien Determinasi dan Uji F

R	R Square	Adj. R Square	F	Sig
0.418 ^a	0.174	0.161	12.998	0.000

Sumber: Diolah Data Primer 2025

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kombinasi antara literasi keuangan dan pemanfaatan *e-wallet* memberikan sumbangan sebesar 17.4% ($R^2 = 0.174$) terhadap munculnya perilaku konsumtif di kalangan responden. Sementara itu, sebesar 82.6% dari variabel dependen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dijadikan fokus dalam penelitian ini. Nilai F hitung sebesar 12.998 yang diperoleh melalui tabel ANOVA, disertai tingkat signifikansi 0.000, memperkuat bukti bahwa pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap perilaku konsumsi bersifat signifikan. Karena nilai signifikansi berada di bawah ambang 0.05, dapat dikatakan bahwa literasi keuangan (X1) dan penggunaan *e-wallet* (X2) secara bersamaan memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku konsumtif (Y) mahasiswa S1 Akuntansi di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta. Oleh sebab itu, model regresi yang digunakan dinilai sesuai untuk menggambarkan relasi antarvariabel dalam studi ini.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan *E-wallet*

Hasil riset mengindikasikan bahwa kemampuan mahasiswa dalam pengorganisasian keuangan berdampak positif pada penggunaan *e-wallet* mereka. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 12.998 dengan signifikansi 0.000 (< 0.05). Hal ini mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan (X1) dan penggunaan *e-wallet* (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa ketika kedua variabel independen dipertimbangkan secara bersamaan, model regresi yang telah digunakan secara statistik berfungsi dengan baik untuk menjelaskan variasi dalam perilaku konsumtif siswa. Penggunaan *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Nazia (2025), yang menemukan bahwa penggunaan *e-wallet* dan pengetahuan tentang pengelolaan uang sangat penting dalam perilaku keuangan mahasiswa. Hal ini merupakan hasil dari pemahaman mahasiswa tentang literasi keuangan, yang membantu mereka mengelola keuangan dengan baik. Selain itu, perkembangan *e-wallet* sebagai alat transaksi digital telah mempermudah aktivitas pembayaran. Dengan demikian, literasi keuangan memiliki peranan yang krusial dalam memperbaiki keterampilan mahasiswa dalam mengatur finansial mereka. Pernyataan ini sejalan dengan temuan Angella *et al.* (2025) yang menunjukkan adanya pengaruh literasi keuangan yang signifikan terhadap pengguna dompet elektronik, sehingga literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan *e-wallet*. Semakin banyak pengetahuan mahasiswa tentang keuangan, semakin baik mereka dalam membuat keputusan keuangan yang bijak. Tidak hanya itu, mahasiswa juga dapat mengelola uang dengan baik dengan lebih efektif. Mahasiswa yang tidak tahu banyak tentang literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah, menurut Chen dan Volpe (1998). Jadi, literasi keuangan berdampak positif pada penggunaan *e-wallet*.

Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif

Menurut hasil kajian, literasi keuangan mempunyai pengaruh besar terhadap kebiasaan belanja mahasiswa. Mahasiswa yang sadar keuangan akan lebih selektif dalam hal konsumsi. Karena mereka menyadari bahwa mereka harus menghadapi kemungkinan yang muncul ketika prioritas dilepaskan, mereka akan memfokuskan pada kebutuhan mereka daripada keinginan mereka. Sebaliknya, siswa yang tidak tahu keuangan dapat membuat keputusan yang salah tentang konsumsi karena mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Sebagai contoh mahasiswa yang telah diberikan uang bulanan, tetapi mahasiswa tidak membuat anggaran bulanan sehingga terjadinya pembengkakan pengeluaran, sehingga seharusnya mahasiswa tersebut membuat anggaran bulanan yang efisien supaya tidak terjadinya pembengkakan pengeluaran. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya dari Mila *et al.* (2023) yang mengatakan pengaruh literasi keuangan berpengaruh atas perilaku konsumtif. Karena sikap keuangan yang bijak dimulai dengan tujuan.

Menurut OJK nomor 76 tahun 2016 adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk mencapai kesejahteraan. Penemuan penelitian ini sepadan dengan penelitian Abidin *et al.* (2024), menemukan bahwa pengetahuan keuangan siswa sangat signifikan dan bermanfaat terhadap perilaku konsumtif mereka. Sebagian besar siswa memiliki pengetahuan keuangan yang baik, sementara hanya sedikit yang sangat buruk. Menurut Shefrin dan Thaler (1988), mereka memiliki pengetahuan keuangan yang lebih mendalam lebih disiplin dalam membagi dan mengalokasikan uang mereka dengan lebih baik.

Penggunaan E-wallet dan Perilaku Konsumtif

Hasilnya mengindikasikan bahwa pemakaian *e-wallet* berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Penemuan sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Verham (2020), yang menemukan penggunaan *e-wallet* memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Karena banyaknya *promo*, *diskon*, dan *cashback* yang ditawarkan oleh penyedia *e-wallet* secara rutin membuat mahasiswa banyak beralih menggunakan *e-wallet* dalam segala aktivitas transaksi untuk memenuhi keperluannya. Dengan adanya *promo-promo* yang diberikan pada *e-wallet* di Indonesia saat ini membuat mahasiswa tergoda untuk menggunakannya. Tidak hanya adanya *promo* dan *cashback*, kemudahan yang didapatkan saat menggunakan *e-wallet* menjadi salah satu penyebabnya juga karena membuat pengeluaran mahasiswa jauh lebih mudah, aman, efektif, dan inovatif, terutama untuk transaksi retail, seperti pengiriman online, pemesanan makanan di vendor yang bekerjasama, dan *e-commerce*.

Sehingga membuat mahasiswa memiliki perilaku yang konsumtif karena adanya promosi yang diberikan *e-wallet* dan kemudahan transaksi dengan menggunakan *e-wallet*. Dalam teori Ajzen (1991) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial dan pengaruh dari orang lain juga dapat membentuk norma subjektif yang dapat mendorong dan menghambat penggunaan *e-wallet*. *Trend* juga menjadi salah satu faktor yang mendorong mahasiswa menggunakan *e-wallet*, dan ada beberapa tempat yang sudah menggunakan *e-commerce* dalam transaksinya. Makin banyaknya *cashback*, *promo*, dan gaya hidup *cashless society* yang membuat seseorang yang menggunakan *e-wallet* sebagai hal yang wajar dan perlu agar tidak tertinggal. Hal ini berjalan dengan hasil penelitian dari Ali dan Rika (2020) yang menyatakan promosi pada *e-wallet* kepada konsumen terutama mahasiswa sehingga promosi mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tanda negatif tersebut mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam literasi keuangan akan berdampak pada penurunan perilaku konsumtif mahasiswa S1 Akuntansi. Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung lebih mampu mengontrol pengeluaran mereka. Di sisi lain, penggunaan *e-wallet* juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan arah negatif, yang berarti bahwa peningkatan dalam penggunaan *e-wallet* justru dapat mengurangi kecenderungan konsumtif. Hal ini dapat terjadi karena fungsi *e-wallet* tidak hanya terbatas pada aktivitas konsumsi berlebih,

tetapi juga dimanfaatkan untuk berbagai jenis transaksi digital lainnya. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk terus meningkatkan pemahaman mereka tentang keuangan serta menggunakan *e-wallet* secara bijak guna mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang lebih efisien dan menghindari perilaku konsumtif. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang bersifat independen guna mengidentifikasi faktor-faktor tambahan yang mungkin memengaruhi perilaku konsumtif.

BIBLIOGRAFI

- Abdullah, M. Faisal. 2005. *Manajemen Perbankan*, Edisi Kelima. Malang: UMM Press
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Ali Mujahidin, & Rika Pristian Fitri Astuti. (2020). *Pengaruh Fintech e-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial*. 143–150.
- Angella Priyatna, Atika Siti Hajar, Gemah Putri Djaelani, Nabila Ramadhanti, Umi Widyastuti, & Destria Kurnianti. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Penggunaan Shopeepay pada Mahasiswa D4 dan S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 56–76. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v3i1.615>
- Annisa, A., Triani, N., & Bustang, B. (2025). PENGARUH PENGGUNAAN E-WALLET DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF PADA MAHASISWA USN KOLAKA (Program Studi Akuntansi 2021-2024). *Jurnal Daya Saing*, 11(2), 462–468. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i2.2263>
- Apriliana, R. marisa. (2020). the Roles of Financial Literacy in Interest To Use Go-Pay. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*, 1–184.
- Brigham, F. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Chaidir, T., Suprapti, I. A. P., Arini, G. A., & Ismiwati, B. (2020). Determinan Literasi Keuangan pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Mataram. *Elastisitas - Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.29303/e-jep.v2i1.15>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. 7(2), 107–128.
- Cross, S. N. N., Ruvalcaba, C., Venkatesh, A., & Belk, R. W. (2018). *Consumer culture theory*. Emerald Publishing Limited.
- Damayanti, P. 2010. Analisis pengaruh ukuran (SIZE), Capital Adequacy Ratio (CAR), Pertumbuhan deposit, Loan to Deposit Rasio (LDR), terhadap Profitabilitas perbankan *Go public* Di indonesia tahun 2005 – 2009 (studi empiris perusahaan perbankan yang terdaftar di Bei). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan*. Volume 3 Nomor 2, November 2012. STIE Semarang
- DESVRONITA. (2021). MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN E-WALLET Desvronita. 2 Oktober 2021, 18(2).
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Helfert, E. 1997. *Analisis Laporan Keuangan* Terjemahan Herman Wibowo Jilid 1 Jakarta: Erlangga
- Kuncoro, M. dan Suhardjono. 2002. *Manajemen Perbankan: Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Salemba Empat
- Mamduh, M. Hanafi dan Abdul halim. 2009. *Analisi laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- 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*, 47–52. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- Muchdarsyah, S. 2000. *Manajemen Dana Bank*. Edisi ke 2. Jakarta: PT. Bumi Akarsa.
- Nahdi, H. Mabchut, Jaryono dan Najimudin. 2012. Pengaruh *Current Ratio*, *Debt to Total Asset Ratio*, *Total Asset Turnover (TATO)*, BOPO, dan Dana Pihak Ketiga terhadap Profitabilitas Bank Umum Syariah. *Jurnal Manajemen*. (<http://manajemen.unsoed.ac.id> . Diakses 7 April 2014).
- Peraturan Bank Indonesia No. 15/12/PBI/2013 tentang Revisi Kewajiban Pemenuhan Modal Minimum Bank Umum di Indonesia.
- Sekaran, Uma. 2009. *Research Methods for Business 4th Ed, Metodologi Penelitian untuk Bisnis Edisi 4. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Setiawan, B. (2020). Literasi Keuangan Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah UMKM Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 4(2), 70–75.
- Shantika, N. R., Ardiatama, A. L., Purwaningrum, O., Putra, Y. Y., & Syafira, A. O. (2022). Analisis Adopsi Inovasi Teknologi Informasi Dompert Digital DANA Menggunakan Innovation-Diffusion Theory (IDT). *Journal Of Information System And Artificial Intelligence*, 2(2), 110–117.
- Shefrin, H. M., & Thaler, R. H. (1988). *THE BEHAVIORAL LIFE-CYCLE HYPOTHESIS*.
- Silva, P. (2015). Davis' technology acceptance model (TAM)(1989). *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*, 205–219.
- Sofyan, S. 2002. Pengaruh Struktur Pasar terhadap Kinerja Perbankan di Indonesia. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol.2 No 3. hal.194-219
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Bandung: Alfabeta
- Vironika, N.M dan Budiasih 2013. Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Firm Size*, *Inventory Turnover* dan *Assets Turnover* pada Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. ISSN: 2302-8556. No. 5.2 hal.261-273.
- Zainal Abidin, A., Pradipta, K., Putra Pratama, M., Lintang Kumarabuya, A., Fadli, A., & Nuha, R. (n.d.). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis Studi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 10(1), 85–105.