

Pengaruh Literasi Keuangan Dan *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Pemoderasi

Galang Rio Adi Saputra¹, Suyanto², Gustin Padwa Sari³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

³Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung, Indonesia

E-mail: galangrioas@gmail.com¹
yanto.metro@gmail.com²
gustinpadwalasari88@gmail.com³

ARTICLE INFO

Article history:

Received 01 Februari 2023

Received in Revised 10 Maret 2023

Accepted 10 Mei 2023

Keyword's : Financial Literacy, Digital Payment, Self-Control, Consumptive Behavior

ABSTRACT

This study aims to analyze financial literacy and digital payments on consumptive behavior with self-control as a moderating variable in students of the faculty of economics and business, University of Muhammadiyah Metro. The type of research used in this research is quantitative. This study used primary data through questionnaires and the population in this study totaled 1063 students. Then the sampling technique in this study used the slovin formula to determine the number of samples, namely 265 respondents. The results of this study indicate that Financial Literacy has an effect on Consumptive Behavior, Digital Payment has an effect on Consumptive Behavior, and Self-Control moderates Financial Literacy on Consumptive Behavior, and Self-Control does not moderate Digital Payment on Consumptive Behavior in students of the Faculty of Economics and Business Muhammadiyah Metro University.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis literasi keuangan dan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif dengan pengendalian diri sebagai variabel pemoderasi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner dan populasi dalam penelitian ini berjumlah 1063 mahasiswa kemudian teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel yaitu 265 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, serta pengendalian diri memoderasi literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan pengendalian diri tidak memoderasi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website: <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: galangrioas@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Journal of Accounting and Finance 2829 – 4907

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, perkembangan teknologi di Indonesia berkembang cukup pesat dengan diawali lahirnya globalisasi ekonomi. Globalisasi membawa perubahan diberbagai aspek kehidupan manusia. Salah satunya, globalisasi memberikan kemudahan dalam mengakses informasi menjadi lebih cepat membuat manusia memiliki akses tanpa batas terhadap informasi terutama mengenai produk elektronik, makanan, minuman dan pakaian yang merupakan kebutuhan sehari-hari bagi manusia. Menurut Tarantang, dkk (2019) yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi pada era ekonomi *digital* tidak dapat dihindari, khususnya dalam perkembangan sistem pembayaran *digital* yang semakin pesat. Kemudahan yang ditawarkan pada sistem pembayaran tentunya dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa. Pengetahuan tentang literasi keuangan penting bagi setiap individu termasuk salah satunya adalah mahasiswa. Sebagai individu yang sedang mengenyam pendidikan lebih tinggi sudah sepatutnya mereka paham mengenai pengelolaan keuangan. Menurut penelitian Ameliawati & Setiyani (2018) yang mengkaji mengenai perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa menyatakan bahwa pengeluaran diluar kuliah seperti shopping dan jalan-jalan melebihi pengeluaran dana untuk kuliah. Individu yang memahami prinsip dasar literasi keuangan akan bertindak secara bijak dan hati-hati dalam mengelola keuangan pribadinya.

Selain itu, tingkat perilaku konsumtif dipengaruhi dari berbagai faktor. Salah satu faktor yang diyakini mempengaruhi perilaku konsumtif adalah *digital payment* dengan perkembangan yang ada dan kemudahan dalam melakukan sebuah transaksi berbelanja yang dirasakan langsung oleh mahasiswa dapat diasumsikan akan menambah frekuensi pembelian konsumen sehingga muncul secara tidak langsung perilaku konsumtif pada mahasiswa. Faktor lain yang tidak kalah sangat penting adalah Pengendalian diri. Tabel 1 dibawah ini ialah Hasil Survey pendahuluan yang telah oleh penulis terhadap 214 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Menurut Oktaviani, (2020) Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi UNY, sejalan dengan penelitian Abdullah, (2022) Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, berbeda dengan penelitian Funky, (2022) literasi keuangan berpengaruh negatif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Menurut Naufalia, (2022) Penelitian ini menghasilkan pengaruh positif antara variabel *digital payment* terhadap perilaku konsumtif, penelitian ini juga sejalan dengan menurut Riska, (2022) *digital payment* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI IAIN Pare-pare.

Tabel 1. Hasil Pra Survei

	Pertanyaan Pra Survey	Jumlah Mahasiswa	Jawaban
		Ya	Tidak
1	Saya akan berbelanja pada saat promo bulanan pada aplikasi akun Shoppe, Toko Pedia dan lainnya yang saya miliki	74,8%	25,2%
2	Saya suka membeli barang-barang keluaran terbaru meskipun saya sudah memilikinya	21,5%	78,5%
3	Saya akan membeli pakaian yang berkualitas bagus meskipun dengan harga yang cukup mahal	68,2%	31,8%
4	Saya rela mengeluarkan uang untuk membeli barang-barang yang saya sukai	74,8%	25,2%
5	Dengan pengetahuan keuangan yang saya miliki saya terkadang masih bingung dalam mengelola keuangan pribadi	75,7%	24,3%
6	Pada saat berbelanja saya masih sangat sering membeli yang saya inginkan dari pada yang dibutuhkan	53,3%	46,7%
7	Saya tidak mencatat pengeluaran harian, mungguan dan bulanan	81,3%	18,7%
8	Ketika saya dalam keadaan emosi saya tidak bisa menyelesaikan masalah dengan baik	68,7%	31,3
9	Setelah mengambil keputusan, saya selalu berhati-hati dalam menjalaninya	98,1%	1,9%
10	Dengan kemudahan E-wallet yang ada maka saya sering untuk menggunakannya	65 %	35 %
JUMLAH		100%	

Berdasarkan pra survei yang dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sebanyak 214 responden pada tanggal 23 januari 2023 yang telah mengisi kuesioner tersebut dari pernyataan diatas menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro sangatlah tinggi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa yang rela mengeluarkan uangnya untuk membeli barang-barang yang mereka sukai dengan presentase 74,8% yang menjawab YA dan 25,2% yang menjawab TIDAK. Dan dapat dilihat pada pertanyaan yang merujuk ke perilaku konsumtif pada mahasiswa yaitu, saya akan membeli pakaian yang berkualitas bagus meskipun dengan harga yang cukup mahal, memiliki jawaban YA sebesar 68,2%. Ditambah lagi dengan adanya promo bulanan yang digelar platform perdagangan elektronik (*e-commerce*) seperti Shopee, Toko Pedia, Lazada dan lainnya. Hal ini menambah minat mahasiswa untuk berperilaku konsumtif terlihat dari hasil data diatas sekitar 74,8% yang menyatakan bahwa para mahasiswa melakukan pembelian pada saat promo bulanan berlangsung, data ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung bahwa para mahasiswa berperilaku konsumtif. Sehingga perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis begitu tinggi.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior (TPB)

Menurut Ajzen, dalam Siskawati (2022) *Theory of planned behavior* (TPB) mengatakan bahwa individu memiliki niat dalam berperilaku karena di latar belakang oleh faktor informasi. Ajzen mendefinisikan serta tingkatan *Theory Planned Behavior* (TPB) dengan tingkatan bermacam konstruk yang belum ada pada *Theory Reasoned Action* (TRA) dengan tingkatan *preceived behavioral control* ataupun diucap asumsi kontrol sikap.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakter dan ciri tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini saya mengambil mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, sebanyak 265 mahasiswa.

Teknik sampling dalam penelitian ini ialah mahasiswa yang masih aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro angkatan tahun 2019, 2020, 2021 dan 2022. Proses pengambilan data yaitu dengan cara menyebarkan kuisoner kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan seputar literasi keuangan, *digital payment*, perilaku konsumtif dan pengendalian diri, setelah di isi maka akan dikembalikan kepada peneliti yang bersangkutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden Berdasarkan Semester

Table 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

		Semester			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semester 2	69	26.0	26.0	26.0
	Semester 4	60	22.6	22.6	48.7
	Semester 6	88	33.2	33.2	81.9
	Semester 8	48	18.1	18.1	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang mengisi kuisoner yang sudah peneliti sebarakan sebesar 26.0% responden berasal dari semester 2, kemudian sebesar 22.6% responden berasal dari semester 4, sebesar 32.2% berasal dari semester 6 dan 18.1% berasal dari

semester 8. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro semester 6 lebih mendominasi dibandingkan dengan mahasiswa semester 2, semester 4 dan semester 8.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Table 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	24.2	24.2	24.2
	Perempuan	201	75.8	75.8	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

Pada table 3 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 64 atau 24.2% responden adalah laki-laki, sedangkan sebanyak 201 atau 75.8% responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden pada penelitian ini didominasi oleh perempuan.

Responden Berdasarkan Prodi

Table 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

		Prodi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1 Akuntansi	196	74.0	74.0	74.0
	S1 Manajemen	32	12.1	12.1	86.0
	D3 Akuntansi	13	4.9	4.9	90.9
	D3 Perbankan	24	9.1	9.1	100.0
	Total	265	100.0	100.0	

Pada table 4 diatas menunjukkan bahwa sebanyak 196 responden dari prodi S1 Akuntansi, 32 responden prodi S1 Manajemen, 13 responden prodi D3 Akuntansi dan 24 responden lainnya prodi D3 Perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa jawaban responden pada penelitian ini didominasi oleh prodi S1 Akuntansi.

Statistik Deskriptif

Tabel 5. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	265	27	45	9321	35.17	3.459
Digital_Payment	265	30	50	11247	42.44	3.025
Perilaku Konsumtif	265	30	50	10708	40.41	3.371
Pengendalian Diri	265	31	50	11004	41.52	2.576
Valid N (listwise)	265					

Berdasarkan Tabel 5 Statistik deskriptif diatas dapat diketahui hasil secara jelas dari setiap variabel dalam penelitian ini. Adapun penjelasan dari tabel diatas adalah sebagai berikut: Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua nilai standar deviasi variable X1, X2, Z, dan Y lebih kecil dari nilai rata-rata, jadi penyimpangan data tersebut relatif kecil.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial X_1 dan X_2 terhadap Y

Tabel 6. Hasil Uji Parsial X_1 terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.759	2.800		4.557	.000
	X1	.273	.054	.279	5.089	.000
	X2	.424	.061	.379	6.906	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Dari table diatas didapatkan t_{hitung} X_1 dengan nilai 6.507 pada sig. 0.000, maka dapat diartikan yaitu hipotesis diterima atau variable literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dan Uji Parsial X_2 terhadap Y. Dan pada tabel diatas diperoleh t_{hitung} dari X_2 sebesar 8,004 pada signifikansi 0,000, maka dapat diartikan yaitu hipotesis diterima atau variable *digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji Signifikansi Simutan (Uji F)

Tabel 7. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	794.353	2	397.177	47.179	.000 ^b
	Residual	2205.632	262	8.418		
	Total	2999.985	264			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X1, X2

Pada tabel 7 diatas didapatkan f_{hitung} dengan nilai 47,179 > dari f_{tabel} 2,639 maka diartikan yaitu hipotesis diterima atau secara bersama-sama literasi keuangan dan *digital payment* pada penelitian kali ini berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Variabel Z memoderasi variabel X_1 terhadap Y.

Tabel 8. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.530	3.047		5.097	.000
	X1	.107	.056	.110	1.902	.058
	Z	.241	.118	.184	2.041	.042
	X1Z	.006	.001	.373	4.259	.000

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Pada tabel 8 didapatkan hasil signifikansi Variabel Z terhadap Y sebesar 0. 042, dan $Z \cdot X_1$ terhadap Y sebesar 0.000, Hasil perhitungan ini < dari 0,05 sehingga pada Uji MRA dapat dikatakan

bahwa hasil perhitungan diatas adalah **H_a ditolak dan H₀ diterima**. Artinya pengendalian diri memoderasi dan memperkuat hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Uji Variabel Z memoderasi variabel X₂ terhadap Y

Tabel 9. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-28.672	29.144		-.984	.326
	X2	1.071	.687	.961	1.560	.120
	Z	1.376	.702	1.052	1.960	.051
	X2Z	.019	.016	1.125	1.154	.250

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Pada table 9 didapatkan hasil signifikansi Variabel Z terhadap Y dengan nilai 0.051 dan Z*X₂ terhadap Y dengan nilai 0.250, Hasil perhitungan ini > dari 0,05 maka pada Uji MRA dikatakan yaitu hasil perhitungan diatas adalah **H_a diterima dan H₀ ditolak**. Artinya pengendalian diri tidak dapat memoderasi atau tidak memperkuat hubungan antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

Pembahasan

Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif.

Dalam pengukuran terhadap pemahaman seorang tentang konsep keuangan serta mempunyai keahlian untuk mengendalikan keuangan lewat pengambilan keputusan jangka pendek maupun jangka panjang yang sesuai dan mempehitungkan peristiwa serta keadaan ekonomi, dan bisa mengambil keputusan dalam bidang keuangan, supaya bisa membetulkan keputusan dalam bidang keuangannya. Menurut Khrisna et. al dalam Asisi (2020) mendefinisikan bahwa Literasi Keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya, sering terjadi saat seseorang hendak membelanjakan uangnya

Penelitian ini sejalan dengan Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty (2018) literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan Rudi Yanto Batara Silalahi, Khazanah Ilmu Berazam (2020) Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan ilmu pengetahuan serta pemahaman seseorang akan konsep dan resiko keuangan beserta motivasi, keterampilan, dan keyakinan dalam menerapkan pemahaman dan pengetahuan yang sudah dimilikinya dalam rangka meningkatkan kesejahteraan hidupnya serta lingkungan sekitar dalam hal keuangan, keputusan keuangan yang efektif serta ikut andil untuk berpartisipasi di bidang perekonomian.

Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif.

Dengan perkembangan *digital payment* sebagai alat pembayaran yang marak digunakan untuk memudahkan mahasiswa ketika akan melakukan transaksi pembelanjaan. Semakin mudahnya konsumen

melakukan transaksi, diasumsikan akan menambah frekuensi pembelian konsumen sehingga muncul secara tidak langsung perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Tarantang, dkk (2019) yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi pada era ekonomi *digital* tidak dapat dihindari, khususnya dalam perkembangan sistem pembayaran *digital* yang semakin pesat. Kemudahan yang ditawarkan pada sistem pembayaran tentunya dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wati (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perubahan perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah banyaknya layanan online yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja online yang menjadikan belanja online menjadi kebutuhan bukan hanya pilihan semata. Pada hakikatnya kehidupan manusia saat ini tidak dapat lepas dari teknologi seperti *digital payment*.

Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderating Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengetahuan tentang literasi keuangan serta pengendalian diri yang baik pada diri mahasiswa sangat diperlukan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memahami literasi keuangan yang baik dengan adanya dorongan dari pengendalian diri yang baik pula, akan membantu mahasiswa untuk lebih mengutamakan serta memikirkan kesejahteraannya dimasa yang akan datang. Apabila mereka melakukan perencanaan keuangan dengan melakukan pengeluaran keuangan yang sesuai, maka mereka memiliki tanggungjawab serta lebih bijaksana dan konsisten terhadap perilakunya. Oleh karena itu, literasi keuangan dikaitkan dengan pengendalian diri yang lebih baik. Sehingga dengan demikian pengendalian diri memoderasi dan memperkuat hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderating *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Perkembangan *digital payment* menjadi memudahkan akses berbelanja secara online dan semakin meningkat dengan didukung adanya pembayaran menggunakan *digital payment* pada aplikasi belanja. Sistem *digital payment* ini berbeda dengan pembayaran tunai yang ada sebelumnya. Pengendalian diri mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah metro juga belum sebegitu tinggi yang diinginkan untuk memperkuat hubungan antara *digital payment* terhadap pemahaman akuntansi mahasiswa. Hal ini menjadikan pengendalian diri tidak dapat memoderasi dan memperkuat sebuah *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. Dengan hal itu layanan digital yang cukup digandrungi menjadikan pengendalian diri pada mahasiswa kurang baik yang akan menuju pada perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, jika semakin baik literasi keuangan maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Digital payment* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, jika mahasiswa menggunakan layanan yang disediakan digital payment dengan baik

maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Pengendalian diri memoderating antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dengan pengendalian diri dan literasi keuangan yang baik dapat memperkuat pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Pengendalian diri tidak memoderating antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif, dengan pengendalian diri tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh antara *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. Peneiliti selanjutnya diharapkan memperluas populasi agar memperkaya hasil penelitian. Serta pengembangan penelitian dengan menambah variable agar penelitian menjadi lebih koperensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(1), 41-49.
- Deviyanti, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR).
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 82-98.
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *JASDIM-Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital dan Manajemen*, 1(1), 1-9.
- NURINGTYAS, M. R. (2023). Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Technology Terhadap Financial Behavior Mahasiswa Di Yogyakarta.
- Oktaviani, D., & Sari, R. C. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Financial Technology, dan Gender Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(7).
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 64-74.
- Riska, R. (2022). *Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN Parepare (Analisis Ekonomi Islam)* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(2), 191-200.
- Siskawatia, E. N., & Ningtyasb, M. N. LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL TECHNOLOGY DAN PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan sistem pembayaran digital pada era revolusi industri 4.0 di indonesia. *Jurnal al-qardh*, 4(1), 60-75.