



Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Kebiasaan Konsumtif Mahasiswa Dengan *Financial Behavior* Sebagai Variabel Moderasi Di Era *Cashless Society*

Komang Sutami Sri Lestari¹, Ni Made Suci²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha

¹sutami@student.undiksha.ac.id, ²made.suci@undiksha.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi finansial mendorong meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital dalam aktivitas transaksi masyarakat, termasuk mahasiswa. Kemudahan, kecepatan, serta berbagai promosi yang ditawarkan dalam sistem pembayaran digital dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa serta menguji peran *financial behavior* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 120 mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital berpengaruh positif terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Selain itu, *financial behavior* terbukti mampu memoderasi hubungan antara penggunaan sistem pembayaran digital dengan kebiasaan konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pengelolaan perilaku keuangan dalam menghadapi perkembangan sistem pembayaran digital di era *cashless society*.

Kata kunci: Sistem Pembayaran Digital, Kebiasaan Konsumtif, *Financial Behavior*, *Cashless Society*

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam sistem transaksi keuangan masyarakat, khususnya melalui meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital. Peralihan dari sistem pembayaran tunai menuju *cashless society* didorong oleh kemajuan teknologi finansial (*financial technology*) yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat, praktis, dan efisien melalui berbagai platform seperti *e-wallet*, *mobile banking*, kartu debit/kredit, dan QR Code [1]. Di Indonesia, tren penggunaan sistem pembayaran digital terus mengalami peningkatan yang pesat. Berdasarkan data Bank Indonesia, nilai transaksi uang elektronik pada tahun 2022 mencapai Rp399,6 triliun dan meningkat menjadi sekitar Rp495,2 triliun pada tahun 2023 [2]. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi masyarakat modern.

Penggunaan sistem pembayaran digital juga didominasi oleh kelompok usia muda, khususnya mahasiswa sebagai generasi *digital native* yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi. Hasil survei Katadata Insight Center (2022) menunjukkan bahwa lebih dari 70% mahasiswa di Indonesia menggunakan dompet digital (*e-wallet*) dalam berbagai transaksi sehari-hari [3]. Mahasiswa memanfaatkan sistem pembayaran digital untuk berbagai kebutuhan, seperti pembelian makanan dan minuman, belanja online, pembayaran transportasi, hingga transaksi pada platform digital lainnya. Kemudahan, kecepatan, serta adanya berbagai promosi seperti diskon dan *cashback* menjadi faktor utama yang mendorong tingginya penggunaan sistem pembayaran digital di kalangan mahasiswa.

Namun demikian, di balik berbagai kemudahan yang ditawarkan, penggunaan sistem pembayaran digital juga menimbulkan dampak negatif, khususnya dalam meningkatkan kebiasaan konsumtif. Transaksi non-tunai yang tidak melibatkan uang fisik cenderung mengurangi kesadaran individu terhadap jumlah pengeluaran yang dilakukan, sehingga mendorong perilaku pembelian impulsif dan kurang terencana [4]. Penelitian Dewi, Herawati, dan Adiputra (2021) menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa [5]. Selain itu, Prasad et al. (2020) menemukan bahwa mahasiswa pengguna *e-*

wallet memiliki tingkat pengeluaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang masih menggunakan uang tunai [6]. Fenomena ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam sistem pembayaran digital dapat memicu peningkatan konsumsi yang tidak terkontrol.

Di sisi lain, tingkat literasi dan perilaku keuangan mahasiswa masih tergolong rendah. Berdasarkan survei Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022, hanya sekitar 38% mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan [7]. Rendahnya pemahaman ini menyebabkan mahasiswa kurang mampu mengendalikan pengeluaran, menyusun perencanaan keuangan, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kondisi tersebut berpotensi memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif, terutama ketika didukung oleh kemudahan akses sistem pembayaran digital.

Dalam penelitian ini, *financial behavior* menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi bagaimana individu merespons kemudahan sistem pembayaran digital. *Financial behavior* mencerminkan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan, seperti merencanakan pengeluaran, mengendalikan konsumsi, serta membangun kebiasaan menabung [8]. Mahasiswa dengan *financial behavior* yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan finansial dan mampu mengontrol pengeluaran meskipun menggunakan sistem pembayaran digital. Sebaliknya, mahasiswa dengan *financial behavior* yang rendah cenderung lebih mudah terpengaruh oleh kemudahan transaksi dan promosi, sehingga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh sistem pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait peran *financial behavior* sebagai variabel moderasi, khususnya pada kalangan mahasiswa di era *cashless society*. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih berfokus pada pengaruh langsung, tanpa mengkaji bagaimana perilaku keuangan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara penggunaan sistem pembayaran digital dan kebiasaan konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai interaksi antara penggunaan sistem pembayaran digital, *financial behavior*, dan kebiasaan konsumtif mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa, menganalisis pengaruh *financial behavior*, serta menguji peran *financial behavior* sebagai variabel moderasi dalam hubungan kedua variabel tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji hubungan kausal antara penggunaan sistem pembayaran digital (X1) terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa (Y) dengan *financial behavior* (X2) sebagai variabel moderasi. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert 1–5. Populasi penelitian adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha angkatan 2022 yang berstatus aktif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden: (1) mahasiswa aktif angkatan 2022 dan (2) menggunakan sistem pembayaran digital dalam transaksi sehari-hari. Jumlah sampel sebanyak 120 responden, yang memenuhi ketentuan minimal analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) berdasarkan *10 times rule* [4].

Tabel 1. Indikator dan Butir pernyataan Kuesioner Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan Kuesioner
Penggunaan Sistem Pembayaran Digital (X1)	1. Tingkat pemanfaatan <i>mobile banking</i>	X1.1 Saya sering menggunakan <i>mobile banking</i> untuk melakukan transaksi keuangan
	2. Tingkat pemanfaatan QR code (QRIS)	X1.2 Saya sering menggunakan QRIS melalui <i>e-wallet</i> (seperti OVO, GoPay, DANA, ShopeePay) saat melakukan pembayaran di <i>Merchant</i>
	3. Penggunaan kartu debit/kredit	X1.3 Saya menggunakan kartu debit/kredit untuk transaksi non-tunai
	4. Proporsi transaksi digital	X1.4 Sebagian pengeluaran saya dilakukan melalui pembayaran digital
	5. Pengaruh promosi	X1.5 Promo seperti diskon atau <i>cashback</i> mendorong saya lebih sering menggunakan pembayaran digital
Financial Behavior (X2)	1. Kemampuan mengelola pengeluaran	X2.1 Saya selalu memantau dan mengendalikan pengeluaran
	2. Kebiasaan menabung	

	3.	Kepatuhan terhadap anggaran	X2.2	Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin
	4.	Penghindaran hutang konsumtif	X2.3	Saya berusaha mematuhi anggaran yang telah saya buat
	5.	Perencanaan tujuan keuangan	X2.4	Saya menghindari hutang untuk keperluan konsumtif
			X2.5	Saya memiliki tujuan keuangan yang jelas untuk masa depan
Kebiasaan Konsumtif (Y)	1.	Pembelian impulsif	Y1.1	Saya sering melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya
	2.	Pengeluaran berlebihan	Y1.2	Saya sering mengeluarkan uang melebihi anggaran
	3.	Orientasi pada keinginan daripada kebutuhan	Y1.3	Saya lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan saat berbelanja
	4.	Kurangnya perencanaan konsumsi	Y1.4	Saya jarang membuat rencana pengeluaran yang jelas
	5.	Terpengaruh promosi	Y1.5	Saya mudah tergoda membeli barang karena promo atau diskon

Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas pada model pengukuran (*outer model*). Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai *loading factor* > 0,70 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50, sedangkan reliabilitas konstruk diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* > 0,70 [5].

Analisis data dilakukan menggunakan metode SEM-PLS dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Tahapan analisis meliputi: (1) evaluasi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, (2) evaluasi *inner model* untuk mengukur kekuatan hubungan antarvariabel melalui nilai R-square dan Q-square, serta (3) pengujian hipotesis menggunakan *bootstrapping* dengan melihat nilai *path coefficient*, T-statistics (>1,96), dan P-values (<0,05) [6].

Pengujian variabel moderasi dilakukan dengan membentuk variabel interaksi antara penggunaan sistem pembayaran digital dan *financial behavior*, kemudian dianalisis pengaruhnya terhadap kebiasaan konsumtif untuk mengetahui apakah *financial behavior* memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

3. Hasil dan Diskusi

3.1 Analisis Data

Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>	AVE	Keterangan
1	Kebiasaan Konsumtif (Y)	Y1	0,860	0,742	Valid
		Y2	0,884		Valid
		Y3	0,868		Valid
		Y4	0,853		Valid
		Y5	0,842		Valid

2	Penggunaan Ssitem Pembayaran Digital (X1)	X1.1	0,842	0,726	Valid
		X1.2	0,845		Valid
		X1.3	0,820		Valid
		X1.4	0,878		Valid
		X1.5	0,875		Valid
3	<i>Financial Behavior</i> (X2)	X2.1	0,855	0,749	Valid
		X2.2	0,895		Valid
		X2.3	0,865		Valid
		X2.4	0,888		Valid
		X2.5	0,824		Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil instrumen penelitian seluruhnya adalah *valid*, karena instrumen memiliki nilai *Loading Factor* dengan kriteria nilai $> 0,70$. *Average Variance Extracted* (AVE) dengan kriteria nilai $> 0,50$. Hal ini berarti instrumen penelitian yang digunakan merepresentasikan konstruk laten yang diukur secara baik.

Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
Kebiasaan Konsumtif (Y)	0,915	0,950	0,935
Penggunaan Sistem Pembayaran Digital (X1)	0,906	0,908	0,930
<i>Financial Behavior</i> (X2)	0,916	0,921	0,937

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 3. Menunjukkan bahwa instrumen penelitian seluruhnya adalah *reliable* dengan koefisien *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang $> 0,70$. Hal ini berarti instrumen penelitian Adalah reliabel karena jawaban tiap responden dianggap konsisten atau stabil.

Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji R-Square

Tabel 4. Hasil Uji R-Square

Variabel	Nilai R-Square
Kebiasaan Konsumtif	0,226

Sumber: Data diolah, 2026

Nilai *R-Square* sebesar 0,226 menunjukkan bahwa variabel sistem pembayaran digital dan *financial behavior* mampu menjelaskan sebesar 22,6% variasi kebiasaan konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya sebesar 77,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Tabel 5. Hasil Uji *Predictive Relevance*

	Q^2 predict	RMSE	MAE
Kebiasaan Konsumtif	0,162	0,929	0,730

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 5. menunjukkan variabel kebiasaan konsumtif memiliki nilai Q^2 sebesar 0,162, yang lebih besar dari 0. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan prediktif yang baik dalam memprediksi kebiasaan konsumtif mahasiswa. Selain itu, nilai RMSE sebesar 0,929 dan MAE sebesar 0,730 menunjukkan tingkat kesalahan prediksi yang masih dapat diterima, sehingga model dinilai memiliki relevansi prediktif yang memadai.

Pengujian Hipotesis

Uji *Path Coefficient*

Tabel 6. Hasil Uji *Path Coefficient*

	<i>Financial Behavior</i>	Kebiasaan Konsumtif	Penggunaan Sistem Pembayaran Digital	<i>Financial behavior x Penggunaan Sistem Pembayaran Digital</i>
<i>Financial Behavior</i>		0,309		
Kebiasaan Konsumtif			0,345	
<i>Financial behavior x Penggunaan Sistem Pembayaran Digital</i>				0,145

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji *path coefficient*, diketahui bahwa seluruh hubungan antarvariabel laten dalam model memiliki arah pengaruh yang positif. Penggunaan sistem pembayaran digital berpengaruh positif terhadap kebiasaan konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,345. Selanjutnya, *Financial behavior* juga menunjukkan pengaruh positif terhadap kebiasaan konsumtif dengan nilai koefisien sebesar 0,309. Selain itu, variabel interaksi *Financial behavior* × penggunaan sistem pembayaran digital memiliki koefisien sebesar 0,145, yang menunjukkan adanya pengaruh moderasi terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Hasil ini menggambarkan bahwa semakin tinggi penggunaan sistem pembayaran digital dan *financial behavior*, maka kecenderungan kebiasaan konsumtif mahasiswa juga meningkat

Uji Signifikansi (*Bootstrapping*)

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi (*Bootstrapping*)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
<i>Financial behavior</i> -> Kebiasaan Konsumtif	0,309	0,325	0,079	3,899	0,000
Penggunaan Sistem Pembayaran Digital -> Kebiasaan Konsumtif	0,345	0,343	0,092	3,737	0,000

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 7. menunjukkan seluruh pengaruh langsung antarvariabel laten dalam model penelitian bersifat signifikan secara statistik. Pengaruh *Financial behavior* terhadap kebiasaan konsumtif memiliki nilai *T-Statistics* sebesar 3,899 dengan *P-Values* sebesar 0,000, sehingga memenuhi kriteria *T-Statistics* > 1,96 dan *P-Values* < 0,05. Selanjutnya, pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif juga menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai *T-Statistics* sebesar 3,737 dan *P-Values* sebesar 0,000. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *Financial behavior* dan penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa diterima.

Uji Efek Moderasi

Tabel 8. Hasil Uji Efek Moderasi

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
<i>Financial behavior</i> x Penggunaan Sistem Pembayaran Digital -> Kebiasaan Konsumtif	0,145	0,153	0,071	2,039	0,044

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji efek moderasi, variabel interaksi *Financial behavior* × penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif menunjukkan nilai *T-Statistics* sebesar 2,039 dan *P-Values* sebesar 0,044. Nilai tersebut memenuhi kriteria pengujian, yaitu *T-Statistics* > 1,96 dan *P-Values* < 0,05, sehingga efek moderasi dinyatakan signifikan. Dengan demikian, *Financial behavior* terbukti berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara penggunaan sistem pembayaran digital dan kebiasaan konsumtif mahasiswa. Koefisien bernilai positif sebesar 0,145 menunjukkan bahwa *Financial behavior* mampu memperkuat pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Variabel	T-Statistics	P-Values	Keterangan
Sistem Pembayaran Digital → Kebiasaan Konsumtif	3,737	0,000	Signifikan
<i>Financial Behavior</i> → Kebiasaan Konsumtif	3,899	0,000	Signifikan
Moderasi <i>Financial Behavior</i>	2,039	0,044	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2026

Tabel 9. menunjukkan seluruh hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *T-Statistics* yang lebih besar dari 1,96 serta nilai *P-Values* yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, penggunaan sistem pembayaran digital dan *financial behavior* berpengaruh terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Selain itu, *financial behavior* juga terbukti memoderasi hubungan antara penggunaan sistem pembayaran digital dan kebiasaan konsumtif mahasiswa.

3.2 Pembahasan

Pengaruh Penggunaan Sistem Pembayaran Digital terhadap Kebiasaan Konsumtif Mahasiswa

Pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,345, *T-statistics* sebesar 3,737, dan *P-values* sebesar 0,000, yang telah memenuhi kriteria signifikansi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat penggunaan sistem pembayaran digital, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa dalam berperilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas transaksi digital mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif tanpa perencanaan yang matang. Selain itu, transaksi non-tunai menyebabkan berkurangnya kesadaran terhadap jumlah pengeluaran karena tidak adanya interaksi langsung dengan uang fisik.

Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan konsep *mental accounting* yang menjelaskan bahwa individu cenderung memperlakukan uang secara berbeda berdasarkan bentuknya, di mana uang digital lebih mudah dibelanjakan dibandingkan uang tunai. Selain itu, teori *prospect* menjelaskan bahwa transaksi non-tunai dapat menurunkan *pain of payment*, sehingga individu tidak merasakan kehilangan secara nyata saat melakukan pembayaran. Kondisi ini semakin diperkuat oleh adanya promosi seperti diskon dan cashback yang mendorong mahasiswa untuk meningkatkan konsumsi. Dengan demikian, penggunaan sistem pembayaran digital terbukti menjadi salah satu faktor yang memicu meningkatnya kebiasaan konsumtif mahasiswa.

Pengaruh *Financial behavior* terhadap Kebiasaan Konsumtif Mahasiswa

Pengaruh *financial behavior* terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa juga menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dengan nilai koefisien sebesar 0,309, *T-statistics* sebesar 3,899, dan *P-values* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa *financial behavior* memiliki peran dalam memengaruhi tingkat konsumsi mahasiswa. Dalam penelitian ini, arah pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa *financial behavior* yang dimiliki mahasiswa belum sepenuhnya mampu menekan perilaku konsumtif, melainkan dalam kondisi tertentu justru berjalan searah dengan peningkatan konsumsi. Hal ini dapat dijelaskan bahwa meskipun mahasiswa memiliki kebiasaan dalam mengelola keuangan, seperti memantau pengeluaran, menabung, dan memiliki tujuan keuangan, faktor eksternal seperti kemudahan akses sistem pembayaran digital dan intensitas promosi tetap memengaruhi keputusan konsumsi. Dengan demikian, *financial behavior* tidak selalu berfungsi sebagai pengendali, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan kebiasaan konsumsi individu. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa masih belum optimal dalam mengendalikan pengeluaran di era digital.

Peran *Financial behavior* sebagai Variabel Moderasi

Peran *financial behavior* sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien interaksi sebesar 0,145, *T-statistics* sebesar 2,039, dan *P-values* sebesar 0,044, yang berarti telah memenuhi kriteria signifikansi. Koefisien yang bernilai positif menunjukkan bahwa *financial behavior* memperkuat pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang aktif menggunakan sistem pembayaran digital dan memiliki karakteristik *financial behavior* tertentu cenderung menunjukkan tingkat konsumtifitas yang lebih tinggi. Dalam perspektif *behavioral finance*, keputusan keuangan individu tidak sepenuhnya rasional dan sering dipengaruhi oleh faktor psikologis serta kemudahan teknologi. Oleh karena itu, meskipun mahasiswa memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan, kemudahan transaksi digital tetap dapat mendorong peningkatan konsumsi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital dan *financial behavior* memiliki keterkaitan yang kuat dalam membentuk kebiasaan konsumtif mahasiswa. Interaksi antara kemudahan teknologi dan perilaku keuangan individu menjadi faktor utama yang memengaruhi pola konsumsi di era *cashless society*, sehingga diperlukan pengelolaan keuangan yang lebih baik agar mahasiswa mampu mengontrol pengeluaran secara bijak.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan sistem pembayaran digital, maka kecenderungan mahasiswa dalam berperilaku konsumtif juga semakin meningkat. Selain itu, *financial behavior* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa, yang mengindikasikan bahwa perilaku keuangan mahasiswa dalam penelitian ini belum sepenuhnya mampu menekan tingkat konsumsi, terutama dalam menghadapi kemudahan transaksi digital.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.8206>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Penelitian ini juga menemukan bahwa *financial behavior* berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa. Artinya, interaksi antara kemudahan teknologi pembayaran digital dan karakteristik perilaku keuangan mahasiswa secara bersama-sama memengaruhi tingkat konsumtivitas. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh penggunaan sistem pembayaran digital, *financial behavior*, serta peran moderasinya terhadap kebiasaan konsumtif mahasiswa telah tercapai. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan kesadaran dan pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa agar mampu mengendalikan pengeluaran secara bijak di era *cashless society*. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi institusi pendidikan maupun pihak terkait dalam memberikan edukasi mengenai literasi keuangan dan penggunaan sistem pembayaran digital secara bertanggung jawab. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi kebiasaan konsumtif, seperti literasi keuangan, gaya hidup, atau kontrol diri, serta memperluas objek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bank Indonesia. (2023). Statistik Sistem Pembayaran Indonesia. Diakses dari <https://www.bi.go.id>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Baumeister, R. F. (2002). Yielding to temptation: Self-control failure, impulsive purchasing, and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 28(4), 670–676.
- Budiarta, I. W., & Putra, I. G. C. (2025). Pengaruh motivasi hedonik dan price value terhadap minat penggunaan QRIS pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45–56.
- Dewi, N. P. R., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Pengaruh penggunaan uang elektronik dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11(2), 233–243.
- Darmawan, A. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan keluarga terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 23–33.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Erta, D., Kustiani, R., & Nuryanti, S. (2021). Analisis perilaku masyarakat dalam penggunaan uang elektronik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.22212/jekp.v12i1.2341>
- Erta, K., Hunt, S., Iscenko, Z., & Brambley, W. (2021). How do consumers behave when they use digital payments? *Behavioural Insights Brief*. Financial Conduct Authority.
- Erta, N., Karakas, M., & Yilmaz, V. (2021). The effect of cashless payment on consumer spending: Evidence from emerging markets. *Journal of Consumer Studies*, 45(3), 221–236.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2018). Pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan kepribadian terhadap perilkumanajemen keuangan pada pelaku UMKM. *Jurnal Nominal*, 7(1), 96–110.
- Indahyani, N. M., & Dewi, N. P. R. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan dompet digital (ShopeePay) pada mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 13(1), 67–77.
- Ida, & Cinthia, F. (2010). Pengaruh locus of control, financial knowledge, income terhadap financial management behavior. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Katadata Insight Center. (2022). Survei penggunaan dompet digital di kalangan mahasiswa.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Nababan, D., & Sadalia, I. (2012). Analisis personal financial literacy dan financial behavior mahasiswa strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), 1–16.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>
- Panya Yanti, N. P. A., & Sujana, I. K. (2024). Pengaruh digital payment dan digital marketing terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(1), 89–99.
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299–313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- Putra, I. G. N. A., & Sinarwati, N. K. (2021). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 12(2), 112–123.
- Prasad, R. K., Tiwari, V., & Singh, A. (2020). Impact of e-wallets on spending behaviour of college students: Evidence from India.
- Prelec, D., & Simester, D. (2001). Always leave home without it: A further investigation of the credit-card effect on willingness to pay. *Marketing Letters*, 12(1), 5–12.
- Rindi, N. L. P. R., & Adiputra, I. M. P. (2022). Pengaruh financial self-efficacy, financial knowledge, dan locus of control terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Undiksha*, 13(1), 45–55.
- Runnemark, E., Hedman, J., & Xiao, X. (2015). Do consumers pay more using debit cards than cash? *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(5), 285–291.
- Setiawan, I. P. G. G. D., & Suci, M. (2024). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(2), 210–221.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Shefrin, H. M., & Thaler, R. H. (1988). The behavioral life-cycle hypothesis. *Economic Inquiry*, 26(4), 609–643.

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.8206>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). Perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif sosial budaya. CV Andi Offset.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324.
- Thaler, R. H. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4(3), 199–214.
- Tjiptono, F. (2019). Strategi pemasaran (5th ed.). Andi Offset.
- Utami, C. W. (2017). Manajemen ritel: Strategi dan implementasi ritel modern. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 15–28.
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 69–81). New York: Springer.