
Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbasis Behavioral Finance

Rudy Syafariansyah Dachlan¹, Sri Wahyuti², M. Astri Yulidar Abbas³, Erni Setiawati⁴, Naufal Yumna Lathi⁵

Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

rudi@uwgm.ac.id

Abstract

The rapid development of financial technology and the widespread use of digital payment systems have significantly transformed consumption patterns, particularly among university students who tend to be more adaptive to financial innovations. From a behavioral finance perspective, the convenience of digital transactions may influence individual consumption behavior, especially when accompanied by inadequate financial literacy and financial management skills. This study aims to analyze the effect of financial literacy, digital payment usage, and financial management on students' consumptive behavior. This research employs a quantitative, survey-based approach involving university students as respondents. Data were collected through structured questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis to examine the relationships among variables. The results indicate that financial literacy and financial management have a negative effect on students' consumptive behavior, while digital payment usage has a positive effect on consumptive behavior. Simultaneously, these three variables significantly influence students' consumptive behavior. These findings highlight the importance of improving financial literacy and financial management capabilities in controlling consumptive tendencies in the era of digital transactions. This study contributes to the development of behavioral finance literature by providing insights into the dynamics of student consumption behavior in the context of the growing digital payment ecosystem

Keywords: financial literacy; digital payment; financial management; consumptive behavior; behavioral finance.

Abstrak

Perkembangan teknologi keuangan dan penggunaan sistem pembayaran digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan mahasiswa yang cenderung lebih adaptif terhadap inovasi finansial. Dalam perspektif *behavioral finance*, kemudahan transaksi digital dapat memengaruhi perilaku konsumsi individu, terutama ketika tidak diimbangi dengan tingkat literasi dan pengelolaan keuangan yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap mahasiswa sebagai responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pengelolaan keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan penggunaan digital payment berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini

menegaskan bahwa peningkatan literasi dan kemampuan pengelolaan keuangan menjadi faktor penting dalam mengendalikan kecenderungan konsumtif di era transaksi digital. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian *behavioral finance*, khususnya dalam memahami dinamika perilaku konsumsi mahasiswa di tengah transformasi sistem pembayaran digital.

Kata Kunci: literasi keuangan; digital payment; pengelolaan keuangan; perilaku konsumtif; *behavioral finance*.

PENDAHULUAN

Transformasi sistem pembayaran digital telah merekonfigurasi lanskap konsumsi generasi muda secara fundamental. Adopsi e-wallet, mobile banking, QRIS, dan sistem pembayaran terintegrasi dalam platform e-commerce tidak lagi sekadar inovasi teknologi, melainkan telah menjadi infrastruktur perilaku yang membentuk cara individu memandang, mengalokasikan, dan membelanjakan uang (Sultana & Bousrih, 2022). Pada konteks mahasiswa, akselerasi digital payment berlangsung lebih cepat dibandingkan dengan peningkatan kapasitas reflektif dalam pengambilan keputusan finansial. Transaksi menjadi instan. Friksi psikologis menurun. Evaluasi rasional sering tertunda. Penelitian menunjukkan bahwa pembayaran digital menurunkan *pain of paying* dan mempercepat keputusan pembelian melalui mekanisme reduced transaction salience (Djamhari et al., 2024; Faraz & Amma, 2025; M. Wang et al., 2022). Dalam kondisi ini, konsumsi tidak lagi sekadar respons terhadap kebutuhan, tetapi juga respons terhadap desain sistem pembayaran yang minim hambatan.

Fenomena tersebut menantang asumsi rasionalitas klasik dalam teori ekonomi yang menganggap individu selalu memaksimalkan utilitas secara konsisten. Behavioral Finance justru menunjukkan bahwa keputusan finansial dipengaruhi oleh bias kognitif seperti *mental accounting*, *present bias*, dan *overconfidence* (Kahneman & Tversky, 1979; Kalaivani et al., 2025; Nobre et al., 2022; Raut et al., 2024). Dalam konteks mahasiswa, bias ini berinteraksi dengan kemudahan teknologi digital, menciptakan lingkungan yang kondusif bagi peningkatan konsumsi impulsif (Putra et al., 2026; Sjam, 2025). Artinya, perilaku konsumtif mahasiswa tidak dapat dijelaskan hanya melalui variabel ekonomi objektif, tetapi harus dipahami sebagai hasil konfigurasi antara kapasitas kognitif dan arsitektur teknologi finansial.

Di sisi lain, literasi keuangan secara normatif diasumsikan berfungsi sebagai mekanisme protektif terhadap perilaku konsumtif. Lusardi & Mitchell (2023) menegaskan bahwa literasi finansial meningkatkan kualitas keputusan dan kesejahteraan jangka panjang. Namun, perkembangan literatur mutakhir menunjukkan adanya kesenjangan antara literasi konseptual dan perilaku aktual, khususnya dalam konteks digital financial literacy (Jose & Ghosh, 2024). Di Indonesia, peningkatan akses layanan digital tidak selalu diikuti oleh peningkatan kedewasaan finansial mahasiswa (Yasin, 2025). Kesenjangan ini menimbulkan pertanyaan kritis: apakah literasi keuangan benar-benar mampu menekan perilaku konsumtif dalam ekosistem pembayaran digital yang minim friksi? Atau justru literasi meningkatkan kepercayaan diri finansial yang memperkuat intensitas konsumsi?

Permasalahan menjadi semakin kompleks ketika mempertimbangkan praktik pengelolaan keuangan pribadi. Secara teoretis, budgeting dan pencatatan pengeluaran seharusnya mengurangi pemborosan. Namun studi terbaru menunjukkan bahwa dalam sistem pembayaran digital,

pengeluaran sering kali terfragmentasi dalam berbagai akun dan platform, sehingga mengaburkan persepsi total pengeluaran (Shah et al., 2025; Sjam, 2025). Mahasiswa dapat merasa “terkendali” secara administratif, tetapi tetap meningkatkan konsumsi karena mekanisme *mental accounting* yang bias. Dengan demikian, terdapat ketegangan teoretis antara asumsi kontrol finansial dan realitas perilaku konsumtif di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, research gap penelitian ini terletak pada belum terintegrasinya literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan dalam satu model empiris berbasis Behavioral Finance yang menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa secara simultan. Sebagian besar studi terdahulu menguji variabel-variabel tersebut secara parsial atau menempatkannya dalam kerangka deskriptif tanpa mengelaborasi mekanisme psikologis yang mendasarinya (Hamza & Elsantil, 2023; Hou et al., 2021). Padahal, dalam ekosistem finansial digital, interaksi antar variabel justru menjadi kunci penjelasan. Tanpa pendekatan integratif, pemahaman terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akan tetap terfragmentasi.

Penelitian ini secara eksplisit memosisikan Behavioral Finance bukan hanya sebagai landasan teoritis, tetapi sebagai kerangka kritik terhadap asumsi rasionalitas penuh dalam pengambilan keputusan mahasiswa. Studi ini menguji bagaimana literasi keuangan (kapasitas kognitif), digital payment (infrastruktur teknologi), dan pengelolaan keuangan (praktik administratif) secara simultan membentuk perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini tidak sekadar menguji hubungan variabel, melainkan membangun model konfiguratif yang menjelaskan bagaimana bias perilaku beroperasi dalam sistem pembayaran digital.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh parsial dan simultan literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, dalam perspektif Behavioral Finance. Secara khusus, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi apakah literasi keuangan benar-benar berperan protektif atau justru menunjukkan paradoks perilaku dalam konteks ekonomi digital.

Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada tiga aspek utama. Pertama, penelitian ini memperluas literatur mengenai literasi keuangan dengan menunjukkan kemungkinan hubungan nonprotektif dalam lingkungan transaksi digital. Kedua, studi ini mengintegrasikan konsep *mental accounting* dan *reduced pain of paying* dalam model empiris yang diuji pada konteks mahasiswa di negara berkembang. Ketiga, penelitian ini memberikan validasi kontekstual Indonesia terhadap teori Behavioral Finance yang selama ini banyak diuji di negara maju, sehingga memperkaya diskursus lintas budaya mengenai bias perilaku finansial.

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan dasar berbasis bukti bagi pengembangan kurikulum literasi keuangan yang tidak hanya bersifat kognitif, tetapi juga berbasis intervensi perilaku. Selain itu, penelitian ini menawarkan implikasi kebijakan bagi institusi pendidikan tinggi dalam merancang tata kelola penggunaan digital payment mahasiswa agar lebih transparan dan reflektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjawab pertanyaan akademik, tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi penguatan ketahanan finansial generasi muda di era digitalisasi ekonomi.

LITERATURE REVIEW DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Behavioral Finance dan Consumptive Behavior

Keputusan finansial individu tidak selalu mengikuti asumsi rasionalitas yang menjadi dasar teori ekonomi klasik. Perspektif **Behavioral Finance** menjelaskan bahwa keputusan ekonomi sering dipengaruhi oleh bias kognitif, emosi, dan keterbatasan informasi yang dimiliki individu (Kahneman & Tversky, 1979). Melalui *Prospect Theory*, Kahneman dan Tversky menunjukkan bahwa individu cenderung menilai kerugian dan keuntungan secara tidak simetris, sehingga keputusan ekonomi sering kali tidak konsisten dengan prinsip utilitas rasional.

Dalam konteks konsumsi, bias perilaku seperti *mental accounting*, *present bias*, dan *overconfidence* dapat memengaruhi cara individu mengalokasikan dan membelanjakan uang (Thaler, 1999). *Mental accounting* menjelaskan bahwa individu cenderung memisahkan sumber dana ke dalam kategori tertentu tanpa mempertimbangkan keseluruhan kondisi keuangan. Bias ini dapat meningkatkan kecenderungan konsumsi ketika individu merasa memiliki “anggaran khusus” untuk belanja, meskipun secara total pengeluaran sebenarnya meningkat.

Perkembangan teknologi pembayaran digital memperkuat dinamika tersebut. Sistem pembayaran non-tunai mengurangi sensasi psikologis ketika seseorang mengeluarkan uang, sebuah fenomena yang dikenal sebagai *reduced pain of paying* (Prelec & Loewenstein, 1998). Dalam kondisi ini, individu cenderung melakukan transaksi lebih sering karena biaya psikologis dari pengeluaran menjadi lebih rendah. Oleh karena itu, perilaku konsumtif mahasiswa dalam era pembayaran digital dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara bias psikologis dan kemudahan teknologi transaksi.

Financial Literacy and Consumptive Behavior

Literasi keuangan merujuk pada kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan dan menggunakan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan ekonomi. Literasi ini mencakup pemahaman mengenai pengelolaan anggaran, tabungan, investasi, serta penggunaan produk keuangan secara bertanggung jawab (Lusardi & Mitchell, 2023). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi umumnya memiliki kemampuan yang lebih baik dalam merencanakan keuangan jangka panjang serta menghindari keputusan finansial yang merugikan.

Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi tidak selalu bersifat linier. Dalam konteks ekonomi digital, pemahaman finansial yang lebih baik tidak selalu diikuti oleh pengendalian konsumsi yang lebih kuat. Individu yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi dapat merasa lebih percaya diri dalam melakukan transaksi finansial sehingga frekuensi konsumsi juga meningkat (Huston, 2010). Selain itu, akses terhadap teknologi pembayaran digital dapat mengurangi kontrol psikologis terhadap pengeluaran, sehingga efek protektif literasi keuangan menjadi lebih lemah (Lusardi & Mitchell, 2023).

Berdasarkan perspektif Behavioral Finance, literasi keuangan berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena pengetahuan finansial dapat membentuk cara individu mengevaluasi pengeluaran dan mengelola sumber daya keuangannya. Oleh karena itu, hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif perlu diuji secara empiris dalam konteks mahasiswa yang hidup dalam ekosistem pembayaran digital.

H₁: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Digital Payment dan Consumptive Behavior

Digital payment telah berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi finansial dan meningkatnya penetrasi internet. Sistem pembayaran ini mencakup berbagai metode transaksi

non-tunai seperti e-wallet, mobile banking, dan QR-based payment systems yang memungkinkan transaksi dilakukan secara cepat dan efisien (Sultana & Bousrih, 2022).

Kemudahan tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital dapat meningkatkan frekuensi pembelian karena individu tidak secara langsung merasakan pengurangan uang secara fisik (Y. Wang et al., 2019). Dalam perspektif Behavioral Finance, kondisi ini berkaitan dengan fenomena *reduced pain of paying*, di mana biaya psikologis dari transaksi menjadi lebih rendah dibandingkan dengan pembayaran tunai.

Selain itu, integrasi pembayaran digital dengan platform e-commerce juga meningkatkan paparan individu terhadap promosi, diskon, dan stimulus konsumsi lainnya. Kondisi ini mendorong pengambilan keputusan yang lebih impulsif dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif (Djamhari et al., 2024). Dalam konteks mahasiswa, penggunaan digital payment menjadi semakin relevan karena kelompok ini merupakan pengguna aktif teknologi finansial sekaligus memiliki tingkat kontrol finansial yang relatif terbatas.

Berdasarkan argumen tersebut, penggunaan digital payment diperkirakan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H₂: Digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Financial Management and Consumptive Behavior

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya finansial untuk mencapai tujuan keuangan tertentu. Praktik ini mencakup kegiatan seperti penyusunan anggaran, pencatatan pengeluaran, serta pengendalian penggunaan uang (Dew & Xiao, 2011). Individu yang memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik biasanya lebih mampu mengontrol pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan dengan keinginan.

Namun, dalam lingkungan pembayaran digital, efektivitas pengelolaan keuangan dapat dipengaruhi oleh kompleksitas sistem transaksi. Pengeluaran yang tersebar pada berbagai platform digital dapat menyulitkan individu dalam memantau total pengeluaran secara akurat. Selain itu, bias *mental accounting* dapat menyebabkan individu memisahkan pengeluaran ke dalam kategori tertentu tanpa memperhitungkan dampak keseluruhan terhadap kondisi keuangan (Shah et al., 2025).

Dalam konteks mahasiswa, kemampuan pengelolaan keuangan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi pola konsumsi. Mahasiswa yang mampu merencanakan dan mengontrol pengeluaran cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan finansial. Oleh karena itu, pengelolaan keuangan diperkirakan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H₃: Pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Simultaneous Effect of Financial Literacy, Digital Payment, and Financial Management on Consumptive Behavior

Perilaku konsumtif mahasiswa pada era ekonomi digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara berbagai determinan kognitif, teknologi, dan perilaku. Dalam perspektif **Behavioral Finance**, keputusan konsumsi individu dibentuk oleh kombinasi antara kemampuan kognitif dalam memahami informasi keuangan, kemudahan sistem transaksi, serta praktik pengelolaan keuangan yang dilakukan dalam kehidupan

sehari-hari (Kahneman & Tversky, 1979; Thaler, 1999). Ketiga faktor tersebut bekerja secara simultan dalam memengaruhi cara individu mengevaluasi dan menggunakan sumber daya finansialnya.

Literasi keuangan berperan dalam membentuk kapasitas individu untuk memahami konsep keuangan dan mengevaluasi konsekuensi dari keputusan konsumsi (Lusardi & Mitchell, 2014). Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik umumnya memiliki kemampuan yang lebih tinggi dalam mengelola risiko finansial dan merencanakan pengeluaran secara rasional. Namun, dalam konteks sistem pembayaran digital, pengaruh literasi keuangan tidak selalu bersifat protektif. Kemudahan transaksi digital dapat menurunkan hambatan psikologis dalam melakukan pembelian, sehingga individu yang memiliki pemahaman finansial yang baik tetap dapat terpapar pada dorongan konsumsi impulsif.

Digital payment sebagai infrastruktur teknologi transaksi mempercepat proses pembelian dan mengurangi biaya psikologis dari pengeluaran. Penelitian menunjukkan bahwa pembayaran non-tunai dapat meningkatkan frekuensi konsumsi karena individu tidak secara langsung merasakan pengurangan uang secara fisik (Dinh, 2024; Prelec & Loewenstein, 1998). Dalam kondisi ini, bias seperti *reduced pain of paying* dan *mental accounting* menjadi lebih dominan, sehingga pengambilan keputusan konsumsi sering dilakukan secara lebih spontan.

Di sisi lain, Dew dan Xiao (2011) mengatakan bahwa praktik pengelolaan keuangan pribadi berfungsi sebagai mekanisme kontrol terhadap pengeluaran. Individu yang memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik cenderung melakukan perencanaan anggaran, memonitor pengeluaran, dan menyesuaikan konsumsi dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Namun, dalam lingkungan pembayaran digital yang kompleks, efektivitas pengelolaan keuangan dapat dipengaruhi oleh fragmentasi transaksi pada berbagai platform digital, sehingga individu sering kali kesulitan memantau total pengeluaran secara akurat.

Berdasarkan kerangka Behavioral Finance, ketiga variabel tersebut—literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan—tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumsi individu. Literasi keuangan memengaruhi cara individu memahami keputusan finansial, digital payment memengaruhi kemudahan dan frekuensi transaksi, sedangkan pengelolaan keuangan memengaruhi kemampuan individu dalam mengontrol pengeluaran. Oleh karena itu, pengaruh ketiga variabel tersebut perlu diuji secara simultan untuk memahami dinamika perilaku konsumtif mahasiswa secara lebih komprehensif.

Berdasarkan argumentasi tersebut, maka dirumuskan hipotesis berikut:

H₄: Literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat rancangan penelitian atau desain penelitian, sasaran dan target penelitian. Jika penelitian bersifat kuantitatif memuat populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel (jika ada), dan teknik analisis. Untuk Riset Kualitatif metode penelitian menyesuaikan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda dalam konteks ekonomi digital. Kerangka penelitian berlandaskan perspektif Behavioral Finance yang menjelaskan bahwa keputusan finansial individu sering kali dipengaruhi oleh bias psikologis

seperti *present bias*, *mental accounting*, *overconfidence*, dan *reduced pain of paying* yang semakin kuat seiring meningkatnya penggunaan instrumen pembayaran digital. Dengan demikian, penelitian tidak hanya menguji hubungan antar variabel secara statistik, tetapi juga memberikan pemahaman mekanistik mengenai bagaimana perilaku konsumtif terbentuk dalam ekosistem finansial digital.

1. Desain Penelitian

Desain penelitian bersifat kausal dengan pendekatan survei kuantitatif untuk menguji pengaruh parsial dan simultan antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert 1–5 yang dirancang berdasarkan konstruksi teoritis Behavioral Finance dan indikator variabel yang telah distandardisasi dalam penelitian terdahulu. Pendekatan ini memungkinkan pengujian hubungan empiris yang objektif serta menghasilkan model prediktif perilaku konsumtif mahasiswa yang dapat direplikasi secara metodologis (Hair et al., 2022).

2. Lokasi, Populasi, dan Sampel Penelitian

Penelitian berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang berjumlah 662 mahasiswa pada tahun akademik berjalan. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 249 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden: (1) mahasiswa aktif terdaftar pada semester penelitian, dan (2) menggunakan digital payment dalam tiga bulan terakhir. Penggunaan *purposive sampling* sesuai dengan pendekatan penelitian yang bersifat explanatory terhadap variabel perilaku finansial individu (Ahmad & Wilkins, 2025).

3. Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian terdiri dari tiga variabel bebas:

- **Literasi Keuangan:** kemampuan memahami konsep keuangan dasar, perencanaan, pengambilan keputusan finansial, dan pemahaman risiko.
- **Digital Payment:** intensitas, frekuensi, dan motivasi penggunaan instrumen pembayaran digital seperti e-wallet, QRIS, mobile banking, dan marketplace payment.
- **Pengelolaan Keuangan:** kemampuan budgeting, tracking pengeluaran, pengendalian pembelian impulsif, dan evaluasi finansial personal.

Variabel terikat:

- **Perilaku Konsumtif:** kecenderungan melakukan pembelian impulsif, berbasis gaya hidup, emosional, tidak direncanakan, dan dipicu kemudahan transaksi digital.

Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert 1–5 berdasarkan instrumen terstandar dan telah disesuaikan dengan konteks mahasiswa Indonesia.

4. Instrumen Penelitian dan Validitas

Instrumen penelitian berupa kuesioner elektronik dan cetak yang dikembangkan berdasarkan indikator variabel dan teori Behavioral Finance. Sebelum digunakan pada pengumpulan data utama, instrumen diuji melalui *expert judgment* dan *pilot test* untuk memastikan kesesuaian konsep. Uji validitas dilakukan menggunakan *corrected item-total correlation*,

sedangkan reliabilitas diuji menggunakan Cronbach's Alpha ≥ 0.70 sebagai batas minimal konsistensi internal (Hair et al., 2022).

5. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa menggunakan metode *online survey* dan penyebaran langsung di lingkungan kampus. Selain itu, penelitian dilengkapi dengan data sekunder berupa jurnal ilmiah, laporan survei nasional, dan publikasi tentang perilaku keuangan generasi muda di era digital. Wawancara informal dapat dilakukan untuk memperkaya konteks, namun tidak menjadi data utama.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui SPSS dengan tahapan:

1. **Data Preparation:** editing, coding, screening, dan penanganan *missing values*.
2. **Uji Validitas dan Reliabilitas:** *corrected item-total correlation* dan Cronbach's Alpha.
3. **Uji Asumsi Klasik:** normalitas, heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan linearitas.
4. **Regresi Linear Berganda** untuk menguji:
 - o pengaruh parsial (uji t),
 - o pengaruh simultan (uji F),
 - o kekuatan model (R^2 dan adjusted R^2).
5. **Interpretasi hasil** berdasarkan teori Behavioral Finance untuk menjelaskan bias perilaku, bukan hanya hubungan statistik.

Pendekatan ini diharapkan menghasilkan model empiris yang menjelaskan mekanisme psikologis dan finansial yang membentuk pola konsumsi mahasiswa, sekaligus menjadi dasar strategi intervensi kampus melalui kurikulum literasi keuangan dan tata kelola digital payment mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)

HASIL PENELITIAN

1. Uji Kualitas Instrumen

Tabel 1. Uji Validitas

		r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	.644**	0.1244	Valid
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.618**	0.1244	Valid
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.646**	0.1244	Valid
X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.676**	0.1244	Valid
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.659**	0.1244	Valid
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.639**	0.1244	Valid
X1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.598**	0.1244	Valid
X1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.677**	0.1244	Valid
X1.9	<i>Pearson Correlation</i>	.703**	0.1244	Valid
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	.573**	0.1244	Valid
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.640**	0.1244	Valid
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.653**	0.1244	Valid
X2.4	<i>Pearson Correlation</i>	.654**	0.1244	Valid

X2.5	<i>Pearson Correlation</i>	.664**	0.1244	Valid
X2.6	<i>Pearson Correlation</i>	.644**	0.1244	Valid
X2.7	<i>Pearson Correlation</i>	.580**	0.1244	Valid
X2.8	<i>Pearson Correlation</i>	.677**	0.1244	Valid
X2.9	<i>Pearson Correlation</i>	.547**	0.1244	Valid
X3.1	<i>Pearson Correlation</i>	.519**	0.1244	Valid
X3.2	<i>Pearson Correlation</i>	.685**	0.1244	Valid
X3.3	<i>Pearson Correlation</i>	.610**	0.1244	Valid
X3.4	<i>Pearson Correlation</i>	.631**	0.1244	Valid
X3.5	<i>Pearson Correlation</i>	.707**	0.1244	Valid
X3.6	<i>Pearson Correlation</i>	.527**	0.1244	Valid
X3.7	<i>Pearson Correlation</i>	.500**	0.1244	Valid
X3.8	<i>Pearson Correlation</i>	.513**	0.1244	Valid
X3.9	<i>Pearson Correlation</i>	.537**	0.1244	Valid
Y1.1	<i>Pearson Correlation</i>	.706**	0.1244	Valid
Y1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.533**	0.1244	Valid
Y1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.525**	0.1244	Valid
Y1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.583**	0.1244	Valid
Y1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.544**	0.1244	Valid
Y1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.565**	0.1244	Valid
Y1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.542**	0.1244	Valid
Y1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.524**	0.1244	Valid
Y1.9	<i>Pearson Correlation</i>	.557**	0.1244	Valid

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Seluruh indikator pada variabel Literasi Keuangan (X1), Digital Payment (X2), Pengelolaan Keuangan (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* (0,1244) dengan signifikansi $< 0,01$. Nilai korelasi item-total berada pada rentang 0,500 hingga 0,707, yang secara statistik mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki daya diskriminasi yang memadai.

Temuan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Hasil Statistik
Literasi Keuangan (X1)	0,6	.827
Digital Payment (X2)	0,6	.806
Pengelolaan Keuangan (X3)	0,6	.757
Perilaku Konsumtif (Y)	0,6	.733

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: Literasi Keuangan (0,827), Digital Payment (0,806), Pengelolaan Keuangan (0,757), dan Perilaku Konsumtif (0,733). Seluruh nilai melebihi ambang batas 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik.

Secara metodologis, hasil ini memperkuat bahwa variabel yang dioperasionalkan dalam penelitian ini memenuhi standar pengukuran kuantitatif yang memadai untuk analisis regresi.

2. Uji Asumsi Klasik

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			249
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.33970942
Most Extreme Differences	Absolute		.052
	Positive		.029
	Negative		-.052
Test Statistic			.052
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.100
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.101
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.094
		Upper Bound	.109

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Hasil uji Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,100 ($> 0,05$). Dengan demikian, residual terdistribusi normal. Artinya, estimasi parameter regresi dapat dianggap tidak bias akibat pelanggaran asumsi distribusi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.913	1.095
	Digital Payment	.923	1.084
	Pengelolaan Keuangan	.899	1.113

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel **Literasi Keuangan** memiliki nilai tolerance **0,913** dan VIF **1,095**, **Digital Payment** memiliki nilai tolerance **0,923** dan VIF **1,084**, sedangkan **Pengelolaan Keuangan** memiliki nilai tolerance **0,899** dan VIF **1,113**. Seluruh nilai tolerance berada di atas **0,10** dan nilai VIF berada di bawah **10**, sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model penelitian.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.876	1.207	3.211	.001
	Literasi Keuangan	-.008	.039	-.015	.839
	Digital Payment	.013	.039	.024	.743
	Pengelolaan Keuangan	-.043	.039	-.082	.268

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Nilai signifikansi seluruh variabel independen terhadap ABS_RES berada di atas 0,05, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Varians residual relatif konstan pada seluruh tingkat prediktor.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Signifikan	Deviation from linearity
Literasi Keuangan (X1)	0,05	.239
Digital Payment (X2)	0,05	.347
Pengelolaan Keuangan (X3)	0,05	.120

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Nilai signifikansi *deviation from linearity* untuk seluruh variabel independen berada di atas 0,05. Ini mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linier.

Secara keseluruhan, model memenuhi seluruh asumsi klasik, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Standardized		
--------------	--	--

Unstandardized Coefficients				Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-10.826	2.371		-4.566	<,001
	Literasi Keuangan	.327	.062	.250	5.278	<,001
	Digital Payment	.489	.063	.369	7.818	<,001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.062	.380	7.951	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Berdasarkan output regresi , diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -10,826 + 0,327X_1 + 0,489X_2 + 0,497X_3$$

di mana:

Y = Perilaku Konsumtif

X₁ = Literasi Keuangan

X₂ = Digital Payment

X₃ = Pengelolaan Keuangan

Koefisien regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

4. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Tabel 8. Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.490	4.36620

a. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Nilai R sebesar 0,704 menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen dan dependen. Nilai Adjusted R² sebesar 0,490 mengindikasikan bahwa 49% variasi Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan. Sisanya sebesar 51% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Angka ini menunjukkan daya jelaskan model yang moderat, sekaligus membuka ruang bagi faktor perilaku lain dalam kerangka *behavioral finance*, seperti impulsivity, self-control, atau social influence.

5. Pengujian Hipotesis

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)**Coefficients^a**

Unstandardized Coefficients		Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B		Beta		
1	(Constant)	-10.826		-4.566	<,001
	Literasi Keuangan	.327	.250	5.278	<,001
	Digital Payment	.489	.369	7.818	<,001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.380	7.951	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

Berdasarkan hasil estimasi regresi, seluruh variabel independen menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada tingkat signifikansi 1 persen ($p < 0,001$).

H₁: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki koefisien sebesar 0,327 dengan nilai t sebesar 5,278 dan signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, H₁ diterima.

Koefisien positif ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Secara empiris, temuan ini menarik karena secara normatif literasi keuangan sering diasumsikan menekan perilaku konsumtif. Namun, dalam perspektif *behavioral finance*, literasi tidak selalu identik dengan kontrol diri. Individu yang lebih literat secara finansial bisa saja memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam mengelola transaksi, sehingga meningkatkan frekuensi konsumsi. Rasionalitas yang diasumsikan oleh teori klasik tidak selalu sejalan dengan praktik perilaku aktual.

H₂: Digital Payment berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Digital Payment memiliki koefisien sebesar 0,489 dengan nilai t sebesar 7,818 dan signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, H₂ diterima.

Koefisien ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital secara signifikan meningkatkan kecenderungan konsumtif mahasiswa. Nilai koefisien yang relatif besar menunjukkan bahwa kemudahan transaksi, kecepatan akses, serta reduksi “pain of paying” dalam transaksi non-tunai memperkuat dorongan konsumsi. Dalam kerangka perilaku, mekanisme ini sejalan dengan konsep *mental accounting* dan *reduced transaction salience*, di mana pembayaran digital mengaburkan persepsi pengeluaran riil.

H₃: Pengelolaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengelolaan Keuangan memiliki koefisien sebesar 0,497 dengan nilai t sebesar 7,951 dan signifikansi $< 0,001$. Dengan demikian, H₃ juga diterima.

Secara statistik, variabel ini menunjukkan pengaruh paling dominan berdasarkan nilai beta terstandar ($\beta = 0,380$). Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik pengelolaan keuangan sehari-hari memiliki implikasi langsung terhadap pola konsumsi mahasiswa. Secara konseptual, hal ini

dapat dijelaskan melalui paradoks perilaku: individu yang aktif mengelola keuangan tidak selalu membatasi konsumsi, tetapi bisa jadi justru mengoptimalkan arus kas untuk meningkatkan pengeluaran terencana.

Tabel 10. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4599.553	3	1533.184	80.424	<,001 ^b
	Residual	4670.603	245	19.064		
	Total	9270.156	248			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber : Olah data dengan menggunakan SPSS

H₄: Literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 80,424 dengan tingkat signifikansi < 0,001. Ini berarti literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dengan demikian, hipotesis simultan yang menyatakan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memengaruhi perilaku konsumtif dapat diterima. Model yang dibangun tidak hanya signifikan secara individual, tetapi juga kuat secara kolektif.

PEMBAHASAN-8117

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa di era ekonomi digital tidak dapat dijelaskan semata-mata melalui asumsi rasionalitas klasik, melainkan harus dipahami dalam kerangka **Behavioral Finance**. Model empiris yang dibangun menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan menjelaskan 49% variasi perilaku konsumtif mahasiswa (Adjusted R² = 0,490), dengan signifikansi kolektif yang sangat kuat (F = 80,424; p < 0,001). Temuan ini konsisten dengan argumen awal pada bagian pendahuluan bahwa transformasi digital tidak hanya mengubah mekanisme transaksi, tetapi juga menggeser arsitektur psikologis pengambilan keputusan finansial. Dengan kata lain, mahasiswa beroperasi dalam ekosistem finansial yang semakin cepat, instan, dan minim friksi, sehingga bias perilaku menjadi semakin dominan.

Secara parsial, pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan koefisien positif dan signifikan ($\beta = 0,250$; p < 0,001). Temuan ini tampak paradoksal jika dibandingkan dengan literatur arus utama yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan protektif terhadap perilaku impulsif (Lusardi & Mitchell, 2023). Namun, dalam perspektif Behavioral Finance, literasi tidak selalu identik dengan pengendalian diri. Individu yang memiliki pemahaman finansial lebih baik dapat mengembangkan rasa percaya diri yang lebih tinggi dalam mengelola transaksi, termasuk transaksi digital, yang pada akhirnya meningkatkan frekuensi konsumsi. Fenomena ini selaras dengan bias overconfidence yang dijelaskan oleh Kahneman dan Tversky (1979), di mana individu cenderung melebihkan kemampuan mereka dalam

mengendalikan konsekuensi finansial. Dengan demikian, literasi keuangan dalam konteks mahasiswa tidak otomatis mengurangi konsumsi, tetapi dapat mengubah pola konsumsi menjadi lebih terstruktur namun tetap intensif.

Lebih jauh, hasil ini juga memperlihatkan adanya kesenjangan antara literasi kognitif dan literasi perilaku. Sebagaimana dikemukakan oleh Jose dan Ghosh (2024), literasi finansial digital tidak hanya menuntut pemahaman konsep, tetapi juga kapasitas regulasi diri dalam menghadapi stimulus teknologi. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa yang literat secara finansial tetap terpapar pada kemudahan transaksi digital yang menurunkan “pain of paying”, sehingga kontrol rasional sering kali dikompromikan oleh kenyamanan sistem pembayaran non-tunai. Oleh karena itu, kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada penguatan argumen bahwa literasi finansial perlu dipadukan dengan intervensi berbasis perilaku (behavioral intervention), bukan hanya edukasi kognitif.

Digital Payment muncul sebagai variabel dengan pengaruh kuat terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,369$; $p < 0,001$). Temuan ini konsisten dengan penelitian Hou et al. (2021) serta Wang et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pembayaran digital mengurangi salience transaksi dan menurunkan sensasi kehilangan uang secara psikologis. Dalam penelitian ini, koefisien regresi yang relatif besar mengindikasikan bahwa kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta integrasi pembayaran dalam ekosistem e-commerce mempercepat keputusan pembelian. Proses tersebut tidak lagi melalui refleksi mendalam, melainkan melalui respons cepat terhadap stimulus promosi, diskon, atau notifikasi aplikasi.

Dalam kerangka mental accounting, pembayaran digital mengaburkan batas antara uang yang tersedia dan uang yang telah dialokasikan untuk kebutuhan tertentu (Shah et al., 2025). Mahasiswa mungkin tetap merasa memiliki “ruang belanja” meskipun secara objektif anggaran telah terlampaui. Kondisi ini diperkuat oleh reduced pain of paying sebagaimana dibahas oleh Faraz dan Amma (2025), di mana transaksi non-tunai mengurangi ketegangan emosional saat mengeluarkan uang. Temuan empiris penelitian ini memperkuat argumen tersebut dalam konteks mahasiswa Indonesia, sehingga memberikan validasi lintas konteks geografis terhadap teori yang sebelumnya banyak diuji di negara lain.

Menariknya, pengelolaan keuangan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($\beta = 0,380$; $p < 0,001$), bahkan menjadi variabel paling dominan berdasarkan beta terstandar. Secara normatif, pengelolaan keuangan yang baik diasumsikan menekan konsumsi berlebih. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan dinamika yang lebih kompleks. Mahasiswa yang aktif melakukan budgeting dan pencatatan keuangan tidak selalu membatasi konsumsi; mereka justru mungkin merasa memiliki legitimasi untuk meningkatkan pengeluaran karena arus kas dianggap “terkendali”.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep behavioral substitution. Ketika individu merasa telah memenuhi standar pengelolaan finansial tertentu, muncul kecenderungan kompensasi dalam bentuk konsumsi yang dianggap sah atau terencana. Dengan kata lain, pengelolaan keuangan tidak selalu berfungsi sebagai mekanisme restriktif, tetapi dapat bertransformasi menjadi mekanisme optimasi konsumsi. Temuan ini memperluas diskusi yang dikemukakan oleh Shah et al. (2025), bahwa kontrol finansial yang bersifat administratif belum tentu diikuti oleh kontrol psikologis terhadap impuls pembelian.

Secara simultan, kombinasi ketiga variabel memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dibentuk oleh interaksi antara kapasitas kognitif (literasi), infrastruktur teknologi (digital payment), dan praktik administratif (pengelolaan keuangan). Model ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif bukanlah hasil dari satu determinan tunggal, melainkan konfigurasi

faktor yang saling memperkuat. Ketika literasi meningkatkan kepercayaan diri, digital payment menyediakan kemudahan, dan pengelolaan keuangan memberikan legitimasi administratif, maka konsumsi dapat meningkat dalam kerangka yang dianggap rasional oleh individu. Rasionalitas tersebut, bagaimanapun, bersifat bounded rationality—terbatas oleh bias, persepsi, dan framing transaksi.

Implikasi teoretis penelitian ini adalah penguatan argumen bahwa integrasi antara literasi keuangan dan behavioral bias perlu menjadi agenda utama dalam kajian keuangan generasi muda. Literasi tanpa penguatan self-regulation berpotensi tidak efektif. Infrastruktur digital tanpa regulasi perilaku mempercepat impulsivitas. Dan pengelolaan keuangan tanpa kesadaran psikologis dapat berubah menjadi alat justifikasi konsumsi. Oleh karena itu, pendekatan kebijakan kampus tidak cukup hanya melalui kurikulum literasi keuangan, tetapi perlu memasukkan modul pengendalian diri, kesadaran bias kognitif, serta desain nudging dalam penggunaan digital payment.

Secara praktis, hasil ini memberikan dasar empiris bagi perguruan tinggi untuk merancang intervensi berbasis bukti. Program literasi harus bersifat aplikatif dan berbasis simulasi perilaku. Edukasi digital payment perlu disertai transparansi pengeluaran dan fitur monitoring real-time yang meningkatkan salience transaksi. Selain itu, integrasi dashboard keuangan mahasiswa yang memberikan umpan balik visual terhadap pola konsumsi dapat mengurangi efek mental accounting yang keliru.

Namun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, desain cross-sectional tidak memungkinkan inferensi kausal jangka panjang. Kedua, variabel perilaku lain seperti impulsivity, self-control, dan social influence belum dimasukkan dalam model, padahal literatur Behavioral Finance menunjukkan relevansinya (Hamza & Elsantil, 2023; Raut et al., 2024). Ketiga, konteks penelitian terbatas pada satu institusi, sehingga generalisasi perlu dilakukan dengan hati-hati.

Meskipun demikian, secara keseluruhan penelitian ini berhasil mengonstruksi model empiris yang koheren dengan kerangka teoretis Behavioral Finance serta konsisten dengan temuan empiris sebelumnya. Kontribusinya tidak hanya terletak pada pengujian hubungan variabel, tetapi pada penjelasan mekanisme psikologis yang mendasari perilaku konsumtif mahasiswa dalam ekosistem pembayaran digital. Dalam lanskap ekonomi yang semakin terdigitalisasi, pemahaman semacam ini menjadi krusial—bukan sekadar untuk menjelaskan perilaku, tetapi untuk merancang intervensi yang efektif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif Behavioral Finance. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, dengan kemampuan model menjelaskan variabilitas perilaku konsumtif sebesar 49% (Adjusted $R^2 = 0,490$). Dengan demikian, tujuan penelitian telah terjawab: perilaku konsumtif mahasiswa terbentuk melalui interaksi antara kapasitas kognitif, kemudahan sistem pembayaran digital, dan praktik pengelolaan keuangan yang belum sepenuhnya diiringi kontrol psikologis.

Temuan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif memperlihatkan adanya paradoks rasionalitas dalam konteks ekonomi digital. Literasi tidak selalu bersifat protektif; dalam kondisi tertentu, ia dapat meningkatkan kepercayaan diri finansial yang mendorong konsumsi. Sementara itu, digital payment memperkuat fenomena reduced pain of paying dan mental accounting, sehingga transaksi terasa lebih ringan secara psikologis.

Pengelolaan keuangan pun dapat berubah fungsi—dari alat kontrol menjadi legitimasi konsumsi—apabila tidak disertai disiplin perilaku.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dengan mengintegrasikan literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan dalam satu model empiris berbasis Behavioral Finance, serta memberikan bukti kontekstual Indonesia yang memperkaya validasi teori bias kognitif dalam konsumsi mahasiswa. Secara praktis, hasil ini mengisyaratkan bahwa penguatan literasi keuangan di perguruan tinggi perlu dilengkapi dengan intervensi berbasis perilaku, termasuk penguatan self-regulation dan transparansi transaksi digital.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada desain cross-sectional dan cakupan sampel yang terbatas pada satu institusi, sehingga generalisasi perlu dilakukan secara hati-hati. Studi selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan longitudinal serta memasukkan variabel psikologis tambahan untuk memperdalam pemahaman mengenai mekanisme pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Kutipan dan Referensi

- Ahmad, M., & Wilkins, S. (2025). Purposive sampling in qualitative research: a framework for the entire journey. *Quality and Quantity*, 59(2), 1461 – 1479.
<https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale : Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dinh, D. Van. (2024). Digital economy and the electronic payment behavior: An empirical analysis. *Transnational Corporations Review*, 16(4), 200078.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tncr.2024.200078>
- Djamhari, S. I., Mustika, M. D., & Sjabadhyni, B. (2024). Impulsive buying in the digital age : investigating the dynamics of sales promotion , FOMO , and digital payment methods. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419484>
- Faraz, N., & Amma, A. (2025). Spendception : The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying. *Behavioral Sciences*, 15(3), 1–20.
<https://doi.org/10.3390/bs15030387>
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C., Sarstedt, M., Danks, N., & Ray, S. (2022). *Book Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hamza, E. A., & Elsantil, Y. (2023). Consumer impulsive buying: causes, consequences, and control. In *The Psychology and Neuroscience of Impulsivity*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13437-1.00010-0>
- Hou, L., Hsueh, S.-C., & Zhang, S. (2021). Digital Payments and Households' Consumption: A Mental Accounting Interpretation. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(7), 2079 – 2093. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2021.1887727>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *THE JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS*, 44(2), 296–316.
- Jose, J., & Ghosh, N. (2024). Digital financial literacy and its impact on financial behaviors: A systematic review. In *Contemporary Research and Practices for Promoting Financial*

- Literacy and Sustainability*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0863-9.ch006>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis Of Decision Under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.
- Kalaivani, E., Nagrajan, S., Thirunavukkarasu, T., Jothibas, L., Malarkodi, K., & Sharmiladevi, D. (2025). The Role of Behavioral Finance In Investment Decision-Making Using Machine Learning-Understanding the Psychology Behind Stock Market Trends. *2025 International Conference on Automation and Computation, AUTOCOM 2025*, 69 – 73. <https://doi.org/10.1109/AUTOCOM64127.2025.10956259>
- 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>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The Importance of Financial Literacy: Opening a New Field. *Journal of Economic Perspectives*, 37(4), 137–154. <https://doi.org/10.1257/jep.37.4.137>
- Nobre, F. C., Machado, M. J. de C., & Nobre, L. H. N. (2022). Behavioral Biases and the Decision-Making in Entrepreneurs and Managers. *Revista de Administração Contemporânea*, 26(1), 1–13.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (1998). The Red and Black: Mental Accounting. *Marketing Science*, 17(1), 4–28.
- Putra, A. A. J., Forijati, & Subagyo. (2026). The influence of financial literacy , hedonism lifestyle , paylater , impulse buying through risk perception. *Multidisciplinary Science Journal*, 8(5), 1–16. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2026325>
- Raut, R., Thorve, H., Deshpande, A., & Kaul, N. (2024). Delving into the investment psyche: investigating the determinants influencing individual investors' decision-making. *Journal of Investment Strategies*, 13(2), 17 – 37. <https://doi.org/10.21314/JOIS.2024.009>
- Shah, M., Khan, I. U., & Khan, N. U. (2025). The role of digital payments in overspending behavior: a mental accounting perspective. *International Journal of Emerging Markets*, 20(10), 4031 – 4053. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2023-1313>
- Sjam, A. A. (2025). Opaque payments, open wallets: The relationship between payment transparency and overspending. *Research in Economics*, 79(3), 101045. <https://doi.org/10.1016/j.rie.2025.101045>
- Sultana, R. F., & Bousrih, J. (2022). Digital Banking Penetration: Impact on Students ' Usage Frequency and Awareness. *Review of Economics and Finance*, 20(01), 562–571. <https://doi.org/10.55365/1923.x2022.20.64>
- Thaler, R. H. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12(September 1998), 183–206.
- Wang, M., Ling, A., He, Y., Tan, Y., Zhang, Z., & Ma, Q. (2022). Pleasure of paying when using mobile payment : Evidence from EEG studies. *Frontiers in Psychology*, 13, 1–16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1004068>
- Wang, Y., Xiang, D., Yang, Z., & Ma, S. (Sara). (2019). Unraveling customer sustainable consumption behaviors in sharing economy: A socio-economic approach based on social exchange theory. *Journal of Cleaner Production*, 208, 869–879. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.139>
- Yasin, H. (2025). From classroom to cash: exploring financial literacy in Indonesian students.