

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup & Digital Payment Terhadap Perilaku Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan)

Dhika Panca Putra¹, Astrid Dita Meiriana Hakim²

^{1,2}Manajemen, Universitas Budi Luhur, Indonesia

E-mail: dhikapanca727@gmail.com¹, astrid.dita@budiluhur.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan digital payment terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai variabel mediasi pada Generasi Z pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden Generasi Z pengguna GoPay. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup dan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri, sementara digital payment tidak berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri. Dalam pengujian mediasi, kontrol diri terbukti mampu memediasi secara signifikan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Namun, kontrol diri tidak mampu memediasi pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Digital Payment, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif.

LATAR BELAKANG

Generasi Z merupakan generasi yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital, internet, dan media sosial. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sangat dekat dengan penggunaan *smartphone*, *e-commerce*, media sosial, serta berbagai layanan keuangan digital dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu bentuk perkembangan transaksi digital yang banyak digunakan oleh Generasi Z adalah layanan pembayaran elektronik (digital payment), seperti GoPay, yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam melakukan berbagai transaksi. Keinginan untuk tidak tertinggal tren, memperoleh pengakuan sosial, dan mengikuti gaya hidup yang sedang populer mendorong individu melakukan pembelian yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Penelitian (Kairupan et al., 2025) menemukan bahwa FoMO memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Gen z merupakan generasi yang lahir tahun 1997 dan 2021. Tingkat konsumsi pada Generasi Z dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan internet yang semakin pesat. Generasi Z merupakan kelompok generasi yang lahir dan tumbuh di era digital, sehingga memiliki kedekatan yang tinggi dengan penggunaan teknologi, internet, dan berbagai perangkat digital. Menurut Sari et al., (2023) menjelaskan bahwa kemajuan teknologi informasi dan sistem pembayaran digital telah menciptakan perubahan perilaku konsumsi masyarakat dari transaksi tunai menjadi transaksi non-tunai (*cashless*).

KAJIAN TEORITIS

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep, prinsip, dan pengelolaan keuangan sehingga mampu mengambil keputusan keuangan secara tepat dan bertanggung jawab. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan berperan sebagai kemampuan Generasi Z dalam mengelola keuangan di tengah kemudahan penggunaan layanan pembayaran digital seperti GoPay. Indikator Literasi Keuangan Menurut Chen & Volpe (Williamson, 1998), Konsep tersebut masih digunakan dalam penelitian terbaru oleh (Nugraha & Sutrisno, 2024) literasi keuangan terdiri atas empat indikator, yaitu:

1. Pengetahuan Keuangan Dasar: Pengetahuan keuangan dasar merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep-konsep dasar keuangan, seperti pendapatan, pengeluaran, bunga, inflasi, nilai waktu uang, serta penyusunan anggaran.
2. Tabungan dan Pinjaman: Tabungan dan pinjaman merupakan kemampuan individu dalam memahami pentingnya menabung sebagai bentuk perencanaan keuangan, serta memahami penggunaan pinjaman atau kredit secara bijaksana.
3. Asuransi: Asuransi merupakan kemampuan individu dalam memahami fungsi dan manfaat asuransi sebagai instrumen perlindungan terhadap berbagai risiko keuangan.
4. Investasi: Investasi merupakan kemampuan individu dalam memahami berbagai instrumen investasi, karakteristik, tingkat risiko, dan potensi keuntungan yang diperoleh.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang memanfaatkan waktu, mengalokasikan pendapatan, serta menentukan preferensi dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa. Pada Generasi Z, gaya hidup dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, media sosial, dan tren digital yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi. Menurut Kotler & Keller (2008) Konsep tersebut masih digunakan dalam penelitian terbaru oleh Hendeiza Ayu Dinanti & Yessi Nesneri, (2024) Gaya Hidup terdiri dari 3 Indikator yaitu:

1. Aktivitas merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari, termasuk aktivitas berbelanja, penggunaan media sosial, hiburan, dan kegiatan lainnya.
2. Minat menunjukkan tingkat ketertarikan individu terhadap suatu produk, layanan, maupun tren tertentu yang dapat memengaruhi keputusan pembelian.
3. Opini merupakan pandangan atau penilaian individu terhadap suatu produk, merek, maupun gaya hidup yang memengaruhi perilaku konsumsi.

Digital Payment

Digital *payment* merupakan sistem pembayaran elektronik yang memungkinkan proses transaksi dilakukan secara digital melalui perangkat elektronik maupun aplikasi pembayaran. Penggunaan digital *payment* memberikan kemudahan, kecepatan, keamanan, serta efisiensi dalam melakukan transaksi sehingga menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Menurut (Ajzen, 1991) dikaji juga oleh Usman et al., (2025) Digital *Payment* terdiri dari 4 Indikator yaitu: *Attitude toward Behavior* (Sikap terhadap Perilaku) *Subjective Norm* (Norma Subjektif), *Perceived Behavioral Control* (Persepsi Kontrol Perilaku), *Behavioral Intention* (Niat Berperilaku):

Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan pikiran, emosi, serta perilaku sehingga mampu mengambil keputusan secara rasional sesuai dengan tujuan

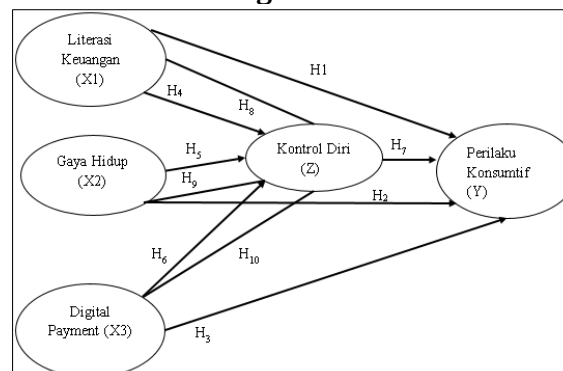
yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, kontrol diri berperan sebagai variabel mediasi yang memengaruhi hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, hedonisme, dan digital payment terhadap perilaku konsumtif. Menurut Tagney *et al.*, (2004) juga dikaji oleh Oktaviani & Keni, (2024) terdiri dari 3 indikator yaitu:

1. Pengendalian Perilaku merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan tindakan agar tidak melakukan pembelian secara impulsif.
2. Pengendalian Pikiran menunjukkan kemampuan individu dalam mempertimbangkan manfaat dan konsekuensi sebelum mengambil keputusan pembelian
3. Pengambilan Keputusan merupakan kemampuan individu dalam menentukan keputusan pembelian secara rasional berdasarkan kebutuhan dan kemampuan finansial.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti promosi, perkembangan teknologi, gaya hidup, maupun dorongan untuk memperoleh kepuasan dan pengakuan sosial. Dalam penelitian ini, perilaku konsumtif diukur pada penggunaan layanan GoPay oleh Generasi Z. Menurut Sumartono (2002) juga dikaji oleh Empati & Jannah, (2026) terdiri dari 5 indikator: Pembelian karena Promosi, Pembelian karena Tampilan Produk, Pembelian untuk Menunjang Penampilan, Pembelian karena Status Sosial, Pembelian karena Mengikuti Tren

Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Pengembangan Hipotesis:

- H1: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.
H2: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.
H3: Digital *Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.
H4: Kontrol Diri berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.
H5: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Kontrol Diri.
H6: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Kontrol Diri.
H7: Digital *Payment* berpengaruh terhadap Kontrol Diri.
H8: Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Kontrol Diri
H9: Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui Kontrol Diri
H10: Digital *Payment* terhadap Perilaku Konsumtif melalui Kontrol Diri

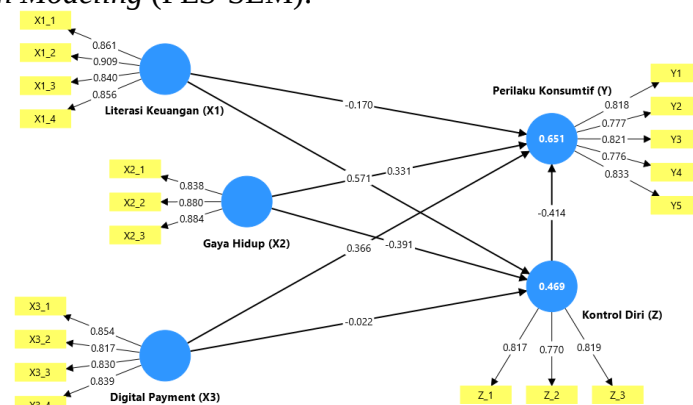
METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan menggunakan metode penelitian kuantitatif, Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Formulir secara langsung kepada masyarakat Gen Z Kecamatan Pesanggrahan Jakarta Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang berdomisili di Kecamatan Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan dengan luas sekitar 13,45 km² (setara dengan 1.345 hektare). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi individu yang berusia 18–29 tahun, dengan demikian peneliti mendapatkan 100 data yang akan di jadikan responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu PLS –SEM yang menguji uji validitas konvergen terdiri dari *outer loading* dan uji *average variance extracted*, uji diskriminan terdiri dari *cross loading* dan *fonell-larcker*, uji reliabilitas terdiri dari *cronbach's alpha*, *composite reliability*, analisis inner model yang terdiri dari *r square* dan *f square*, uji *collinearity statistic* (VIF), uji signifikan jalur (*bootstrapping*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Outer Model

Berikut adalah model penelitian yang diajukan dalam program *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM):



Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Gambar 1. Model Penelitian *Partial Least Squares-Structural Equation*

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan model penelitian yang dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS versi 4.0.9.9. Model ini terdiri atas tiga variabel independen, yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Digital Payment (X3), satu variabel mediasi yaitu Kontrol Diri (Z), serta satu variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif (Y).

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai loading factor > 0,70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50. Indikator dan variabel yang memenuhi kriteria tersebut dinyatakan valid.

Outer Loading

Output outer loading menunjukkan hubungan antara indikator dengan konstraknya. Indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai > 0,70, atau minimal 0,60 masih dapat

diterima. Indikator yang tidak memenuhi kriteria tersebut harus dihapus (Hair *et al.*, 2024) Adapun hasil *convergent validity* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Outer Loading Uji Convergent Validity

INSTRUMEN	LITERASI KEUANGAN (X1)	GAYA HIDUP (X2)	DIGITAL PAYMENT (X3)	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	KONTROL DIRI (Z)
LK2	0.861				
LK3	0.909				
LK4	0.840				
GH1	0.856	0.838			
GK2		0.880			
GH3		0.884			
DP1			0.854		
DP2			0.817		
DP3			0.83		
DP4			0.839		
PK1				0.818	
PK2				0.777	
PK3				0.821	
PK4				0.776	
PK5				0.833	
KD1					0.817
KD2					0.770
KD3					0.819

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0.9.9 yang disajikan pada Tabel 1, diketahui bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu merefleksikan konstruk yang diukur sehingga tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi.

Average Variance Extracted (AVE)

Average variance extracted (AVE) variabel dikatakan valid jika memiliki nilai *average variance extracted (AVE)* > 0.50.

Tabel 2. Hasil Uji AVE Convergent Validity

Instrumen	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.752	Valid
Gaya Hidup (X2)	0.752	Valid
Digital Payment (X3)	0.698	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	0.648	Valid
Kontrol Diri (Z)	0.644	Valid

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Pada Tabel 2 Berdasarkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, seluruh variabel penelitian memiliki nilai di atas 0,50 sehingga memenuhi kriteria validitas konvergen. Dengan demikian, seluruh konstruk dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Discriminant Validity

Discriminant validity digunakan untuk memastikan bahwa setiap konstruk atau variabel dalam model pengukuran benar-benar merepresentasikan konsep yang berbeda dan dapat dibedakan satu sama lain dalam model penelitian.

Cross Loading

Indikator dinyatakan valid apabila nilai *cross loading* antara indikator dengan variabelnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai hubungannya terhadap konstruk lain. Berikut disajikan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 4.0.9.9 yang menunjukkan nilai *cross loading* sebagaimana terdapat pada tabel di bawah ini:

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup & Digital Payment Terhadap Perilaku Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggarahan, Jakarta Selatan)

Dhika Panca Putra, Astrid Dita Meiriana Hakim

Tabel 3. Hasil Cross Loading Uji Discriminant Validity

INSTRUMEN	LITERASI KEUANGAN (X1)	GAYA HIDUP (X2)	DIGITAL PAYMENT (X3)	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	KONTROL DIRI (Z)
LK1	0.861	0.049	-0.098	-0.391	0.431
LK2	0.909	0.015	-0.180	-0.432	0.535
LK3	0.840	0.057	-0.131	-0.339	0.530
LK4	0.856	-0.021	-0.110	-0.396	0.449
GH1	0.114	0.838	-0.106	0.331	-0.280
GK2	-0.034	0.880	-0.043	0.477	-0.373
GH3	0.018	0.884	-0.025	0.355	-0.301
DP1	-0.069	-0.088	0.854	0.374	-0.072
DP2	-0.033	0.022	0.817	0.315	-0.038
DP3	-0.132	-0.038	0.830	0.325	-0.028
DP4	-0.267	-0.098	0.839	0.336	-0.134
PK1	-0.297	0.415	0.392	0.818	-0.562
PK2	-0.319	0.339	0.339	0.777	-0.475
PK3	-0.379	0.390	0.255	0.821	-0.530
PK4	-0.380	0.243	0.359	0.776	-0.511
PK5	-0.436	0.437	0.288	0.833	-0.586
KD1	0.497	-0.269	0.045	-0.479	0.817
KD2	0.464	-0.323	-0.119	-0.549	0.770
KD3	0.394	-0.303	-0.122	-0.566	0.819

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Berdasarkan pada tabel 3 hasil uji *cross loading*, setiap indikator (instrument) memiliki nilai loading yang paling tinggi pada variabel yang diukurnya dibandingkan dengan nilai loading pada variabel lain. Oleh karena itu, seluruh indikator pada variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Digital Payment (X3), Perilaku Konsumtif (Y), dan Kontrol Diri (Z) dinyatakan memenuhi kriteria *discriminant validity*. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan dirinya dari konstruk lainnya, sehingga model pengukuran layak digunakan untuk analisis struktural dan pengujian hipotesis.

Fornell-Larcker

Uji *Fornell-Larcker* digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan suatu konstruk. Nilai $\sqrt{AVE}$ yang lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam membedakan dirinya dari konstruk lain, sehingga model pengukuran dinyatakan valid.

Tabel 4. Fornell-Larcker

Variabel	LITERASI KEUANGAN (X1)	GAYA HIDUP (X2)	DIGITAL PAYMENT (X3)	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	Keterangan
LITERASI KEUANGAN (X1)	0.867				Valid
GAYA HIDUP (X2)	0.029	0.867			Valid
DIGITAL PAYMENT (X3)	-0.152	-0.064	0.835		Valid
PERILAKU KONSUMTIF (Y)	-0.450	0.457	0.405		Valid
KONTROL DIRI (Z)	0.563	-0.373	-0.084	0.802	Valid

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Berdasarkan Tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa:

1. Variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,867, sedangkan korelasinya dengan variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,029, Digital Payment (X3) sebesar -0,152, Perilaku Konsumtif (Y) sebesar -0,450, dan Kontrol Diri (Z) sebesar 0,563. Nilai diagonal sebesar 0,867 lebih tinggi daripada seluruh nilai korelasi tersebut, sehingga variabel Literasi Keuangan memenuhi kriteria *discriminant validity*.
2. Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,867, yang lebih besar dibandingkan korelasinya dengan Literasi Keuangan (0,029), Digital Payment (-0,064), Perilaku Konsumtif (0,457), dan Kontrol Diri (-0,373). Dengan demikian, variabel Gaya Hidup dinyatakan memenuhi kriteria Fornell-Larcker.
3. Variabel Digital Payment (X3) memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,835, sedangkan korelasinya dengan Literasi Keuangan (-0,152), Gaya Hidup (-0,064), Perilaku Konsumtif (0,405), dan Kontrol Diri (-0,084). Nilai diagonal tersebut merupakan nilai terbesar, sehingga variabel Digital Payment dinyatakan valid.
4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,805, lebih besar dibandingkan korelasinya dengan Literasi Keuangan (-0,450), Gaya Hidup (0,457), Digital Payment (0,405), dan Kontrol Diri. Oleh karena itu, variabel Perilaku Konsumtif telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.
5. Variabel Kontrol Diri (Z) memiliki nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,802, yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan Literasi Keuangan (0,563), Gaya Hidup (-0,373), Digital Payment (-0,084), maupun Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, variabel Kontrol Diri juga memenuhi kriteria Fornell-Larcker.

Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha

Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha ≥ 0.70 , yang menunjukkan bahwa indikator-indikator pada konstruk tersebut memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup & Digital Payment Terhadap Perilaku Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan)

Dhika Panca Putra, Astrid Dita Meiriana Hakim

Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Literasi keuangan (X1)	0.890	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.838	Reliabel
Digital Payment (X3)	0.856	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.864	Reliabel
Kontrol Diri (Z)	0.723	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Hasil pada analisis Tabel 5, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 0.890, Gaya Hidup 0.838, Digital Payment sebesar 0.856, Perilaku Konsumtif 0.864, dan Kontrol Diri 0.723. Semua nilai *Cronbach's Alpha* tersebut berada > 0.70, sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Composite Reliability

Nilai pada *composite reliability* dapat digunakan dalam menguji nilai reliabilitas masing-masing indikator pada suatu variabel. (Hair *et al.*, 2024) menyatakan bahwa nilai *composite reliability* harus > 0.70 meskipun nilai 0.60 masih dapat diterima. Suatu konstruk dapat dikatakan memiliki nilai reliabilitas yang tinggi jika nilai *composite reliability* > 0.70. Reabilitas berhubungan dengan ketepatan dan ketelitian dari pengukuran

Tabel 6. Nilai Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.924	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0.901	Reliabel
Digital Payment (X3)	0.902	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.902	Reliabel
Kontrol Diri (Z)	0.844	Reliabel

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Hasil pada analisis Tabel 6, menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk konstruk variabel Literasi Keuangan sebesar 0.924, Gaya Hidup sebesar 0.901, Digital Payment sebesar 0.902, Perilaku Konsumtif sebesar 0.902 dan Kontrol Diri sebesar 0.844. Semua nilai *composite reliability* tersebut berada > 0.70 sehingga semua variabel memiliki reliabilitas yang baik.

Uji Model Fit

Hasil pengujian model fit pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Model Fit

Parameter	Rule of Thumb	Estimated model	keterangan
SRMR	< 0.10	0.070	Fit
d_ULS	> 0.05	0.930	Fit
d_G	> 0.05	0.411	Fit
Chi-square	χ^2 statistic > χ^2 tabel	233.599 > 28.869	Fit
NFI	Mendekati nilai 1	0.787	Fit

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Berdasarkan Tabel 7 uji model fit yang telah dilakukam di dapatkan bahwa model ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel laten dengan keyakinan model mencerminkan data secara akurat:

1. *Standardized Root Mean Square Residual (SRMR)*
Nilai SRMR pada penelitian ini sebesar 0,070. Nilai tersebut berada di bawah batas maksimum 0.10, sehingga memenuhi kriteria model fit. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat residual antara matriks korelasi yang diamati dengan matriks yang diprediksi oleh model relatif kecil. Dengan demikian, model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang baik dengan data empiris.
2. *d_ ULS (Squared Euclidean Distance)*
Nilai *d_ ULS* yang diperoleh sebesar 0.930. Berdasarkan hasil evaluasi SmartPLS, nilai tersebut memenuhi kriteria model fit sehingga menunjukkan model telah memenuhi kriteria yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga dapat dinyatakan bahwa model memiliki tingkat kesalahan yang rendah dalam merepresentasikan data empiris. Dengan demikian, indikator *d_ ULS* menunjukkan hasil yang fit. Oleh karena itu, model penelitian dinyatakan memiliki tingkat kesesuaian yang baik.
3. *d_ G (Geodesic Distance)*
Nilai *d_ G* pada penelitian ini sebesar 0.411. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model telah memenuhi kriteria evaluasi. Nilai ini mengindikasikan bahwa jarak antara matriks kovarians hasil observasi dengan matriks yang diprediksi model masih berada dalam batas yang dapat diterima, sehingga model dinilai memiliki tingkat kecocokan yang baik.
4. *Chi-Square (χ^2)*
Nilai *Chi-Square* yang diperoleh sebesar 233.599. Dalam penelitian ini, hasil pengujian menunjukkan bahwa model memenuhi kriteria kelayakan yang digunakan sehingga model dinyatakan fit. Meskipun demikian, pada pendekatan PLS-SEM, nilai *Chi-Square* hanya digunakan sebagai informasi pendukung dan bukan sebagai indikator utama dalam mengevaluasi kelayakan model.
5. *Normed Fit Index (NFI)*
Nilai *Normed Fit Index* (NFI) sebesar 0,787. Nilai tersebut dimana telah mendekati angka 1 dan menunjukkan tingkat kesesuaian model yang semakin baik. Nilai sebesar 0,787 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang cukup baik (*acceptable fit*) dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, model penelitian dapat dinyatakan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Inner Model

R-Square (R^2)

R-Square (R^2) merupakan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengukur kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variasi variabel endogen pada model struktural. Nilai *R-Square* menunjukkan proporsi variasi variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen yang memengaruhinya. Semakin tinggi nilai *R-Square*, semakin besar kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen, sehingga model memiliki daya prediksi yang semakin baik. Hair *et al.*, (2017).

Tabel 8. Hasil Uji *R-Square* (R^2)

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Perilaku Konsumtif (Y)	0.651	0.637
Kontrol Diri (Z)	0.469	0.452

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Berdasarkan Tabel 8 hasil pengujian koefisien determinasi (*R-Square* Perilaku Konsumtif Y) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0,651 dan *R-Square Adjusted* sebesar 0,637.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup & Digital Payment Terhadap Perilaku Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan)

Dhika Panca Putra, Astrid Dita Meiriana Hakim

Nilai tersebut menunjukkan bahwa 65,1% variasi Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Digital Payment (X3), dan Kontrol Diri (Z). Sementara itu, 34,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Berdasarkan kriteria Hair et al. (2021), nilai *R-Square* sebesar 0,651 termasuk dalam kategori moderat, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan Perilaku Konsumtif., nilai *R-Square* sebesar 0,651 termasuk dalam kategori moderat, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan Perilaku Konsumtif.

Effect Size (F^2)

Menurut (Hair et al., 2024), nilai *Effect Size* (f^2) sebesar Digital Payment (X3) memberikan pengaruh besar terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan nilai $f^2 = 0,374$, sedangkan Literasi Keuangan (X1) memberikan pengaruh besar terhadap Kontrol Diri (Z) dengan nilai $f^2 = 0,599$. Selain itu, Gaya Hidup (X2) dan Kontrol Diri (Z) memiliki pengaruh sedang, sedangkan Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif hanya memberikan pengaruh kecil. Sementara itu, Digital Payment (X3) terhadap Kontrol Diri (Z) memiliki nilai f^2 sebesar 0,001. Dengan demikian, pengujian *Effect Size* digunakan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel mediasi dalam model penelitian.

Tabel 9. Effect Size (F^2)

Variabel	PERILAKU KONSUMTIF (Y)	KONTROL DIRI (Z)
LITERASI KEUANGAN (X1)	0.051	0.599
GAYA HIDUP (X2)	0.244	0.286
DIGITAL PAYMENT (X3)	0.374	0.001
KONTROL DIRI (Z)	0.261	

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Uji Collinearity Variance Inflation Factor (VIF)

Uji Variance Inflation Factor (VIF) digunakan untuk mengidentifikasi adanya multikolinearitas antar indikator dalam setiap variabel laten. Multikolinearitas muncul ketika indikator memiliki korelasi yang sangat tinggi satu sama lain, sehingga dapat memengaruhi ketepatan estimasi dalam model. Pada penelitian ini, VIF dijadikan acuan untuk menilai apakah indikator-indikator tersebut bebas dari masalah multikolinearitas. Adapun kriteria penilaiannya adalah jika $VIF < 5.0$ dianggap masih dapat diterima dan nilai ideal berada dibawah 3.3, nilai VIF antara 5-10 menunjukkan adanya multikolinearitas tingkat sedang, sedangkan $VIF > 10$ menandakan multikolinearitas tinggi dan model dinyatakan tidak valid.

Tabel 10. Uji Collinearity (VIF)

Variabel	VIF
LK1_1	2.525
LK_2	3.104
LK_3	2.069
LK_4	2.262
GH_1	1.996
GH_2	1.798
GH_3	2.338
DP_1	2.080
DP_2	1.970
DP_3	2.045
DP_4	2.038

PK1	1.933
PK2	1.754
PK3	2.038
PK4	1.745
PK5	2.042
KD_1	1.569
KD_2	1.280
KD_3	1.562

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Pada Tabel 4.10 Uji *Variance Inflation Factor* (VIF) dilakukan untuk menilai ada atau tidaknya multikolinearitas antar indikator pada setiap variabel laten. Berdasarkan hasil yang diperoleh, seluruh indikator menunjukkan nilai VIF berada pada rentang 1.562 hingga 3.104. Nilai tersebut berada jauh di bawah batas toleransi umum, yaitu $VIF < 5.0$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar indikator (Hair *et al.*, 2024).

Uji Signifikansi Jalur (*Bootstrapping*)

Uji *bootstrapping* merupakan prosedur resampling nonparametrik dalam metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Proses *bootstrapping* dilakukan dengan membentuk sejumlah besar sampel baru melalui pengambilan sampel secara acak dengan pengembalian (*resampling with replacement*) dari data asli. Hasil pengujian ini menghasilkan nilai koefisien jalur (*path coefficient*), *t-statistic*, dan *p-value* yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan terhadap hipotesis penelitian. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1.96 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0.05 pada tingkat signifikansi 5%.

Tabel 11. Hasil Path Coefficient Bootstrapping Direct Effect

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.170	-0.165	0.078	2.188	0.014
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.571	0.570	0.064	8.929	0.000
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0.331	0.328	0.071	4.644	0.000
Gaya Hidup -> Kontrol Diri	-0.391	-0.392	0.064	6.117	0.000
Digital Payment -> Perilaku Konsumtif	0.366	0.368	0.073	5.039	0.000
Digital Payment -> Kontrol Diri	-0.022	-0.028	0.086	0.256	0.399
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.414	-0.420	0.087	4.752	0.000

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

Hasil berdasarkan pada Tabel 11 Sebagai berikut:

1. H1: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai original sample (β), memiliki nilai koefisien jalur (Original Sample) sebesar -0,170, nilai *T-statistics* sebesar 2,188 dan *P-values* sebesar 0,014. Nilai *T-statistics* lebih besar dari 1,96 dan *P-values* lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Namun demikian, arah hubungan yang dihasilkan adalah negatif, yang menunjukkan bahwa peningkatan

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup & Digital Payment Terhadap Perilaku Melalui Kontrol Diri Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Generasi Z Pengguna GoPay di Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan)

Dhika Panca Putra, Astrid Dita Meiriana Hakim

Literasi Keuangan justru diikuti dengan penurunan Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H1 diterima.

2. H2: Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai original sample (β) sebesar memiliki nilai koefisien sebesar 0,331, nilai *T-statistics* sebesar 4,644, dan *P-values* sebesar 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, peningkatan Gaya Hidup akan meningkatkan Perilaku Konsumtif. Oleh karena itu, Hipotesis H2 diterima.
3. H3: Pengaruh Digital *Payment* terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Digital Payment (X3) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.366, nilai *t-statistics* sebesar 5,039, dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Digital *Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H3 diterima.
4. H4: Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Kontrol Diri (Z) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.414, nilai *t-statistics* sebesar 4.752, dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kontrol Diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H4 diterima.
5. H5: Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri (Z). Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.571, nilai *t-statistics* sebesar 8.929, dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri. Dengan demikian, H5 diterima.
6. H6: Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kontrol Diri (Z). Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.391, nilai *t-statistics* sebesar 6.117, dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri. Dengan demikian, H6 diterima.
7. H7: Digital *Payment* berpengaruh terhadap Kontrol Diri (Z) Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Digital Payment (X3) memiliki nilai original sample (β) sebesar -0.022, nilai *t-statistics* sebesar 0,256, dan *p-value* sebesar 0.399. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Digital *Payment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri. Dengan demikian, H7 ditolak

Hasil Bootstrapping efek langsung indirect effect.

Tabel 12. Hasil Path Coefficient Bootstrapping Indirect effect

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Digital Payment (X3) -> Kontrol Diri (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.009	0.013	0.037	0.245	0.403
Gaya Hidup (X2) -> Kontrol Diri (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.162	0.165	0.045	3.589	0.000
Literasi Keuangan (X1) -> Kontrol Diri (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	-0.236	-0.239	0.057	4.144	0.000

Sumber: Hasil olah data SmartPLS v.4.0.9.9

1. H8: Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Kontrol Diri(Z) Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai original sample (β) sebesar -0.236, nilai *t-statistics* sebesar 4.144, dan *p-value* sebesar 0.000. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kontrol Diri mampu memediasi secara signifikan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi Literasi Keuangan, maka melalui peningkatan Kontrol Diri akan semakin menurunkan Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, H8 diterima.
2. H9: Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Kontrol Diri (Z) Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.162, nilai *t-statistics* sebesar 3.589, dan *p-value* sebesar 0.031. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kontrol Diri mampu memediasi secara signifikan pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif juga terjadi melalui peran Kontrol Diri sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, H9 diterima.
3. H10: Digital *Payment* terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Kontrol Diri (Z) Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, variabel Digital *Payment* (X3) memiliki nilai original sample (β) sebesar 0.009, nilai *t-statistics* sebesar 0.245, dan *p-value* sebesar 0.403. Nilai *t-statistics* lebih besar dari 1.96 dan *p-value* lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kontrol Diri tidak mampu memediasi pengaruh Digital *Payment* terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, hipotesis mediasi pada hubungan ini ditolak. Dengan demikian, H10 ditolak.

KESIMPULAN

1. Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki Generasi Z, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif dalam menggunakan GoPay.
2. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki responden, semakin tinggi pula kecenderungan mereka melakukan perilaku konsumtif.
3. Digital *Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Kemudahan, kecepatan, dan berbagai fitur yang ditawarkan GoPay mendorong meningkatnya kecenderungan responden dalam melakukan transaksi dan pembelian.
4. Kontrol Diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Semakin baik kemampuan responden dalam mengendalikan diri, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian yang bersifat konsumtif.
5. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri. Pengetahuan dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan membantu responden meningkatkan kemampuan dalam mengendalikan perilaku konsumsi.
6. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang dijalankan secara lebih terarah dan bijaksana dapat meningkatkan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi.

7. Digital *Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri. Penggunaan GoPay tidak secara langsung memengaruhi kemampuan responden dalam mengendalikan perilaku konsumsi.
8. Kontrol Diri mampu memediasi secara signifikan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menurunkan perilaku konsumtif melalui peningkatan kontrol diri.
9. Kontrol Diri mampu memediasi secara signifikan pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Semakin baik kontrol diri yang dimiliki responden, semakin mampu mengurangi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
10. Kontrol Diri tidak mampu memediasi pengaruh Digital *Payment* terhadap Perilaku Konsumtif. Pengaruh penggunaan GoPay terhadap perilaku konsumtif terjadi secara langsung dan tidak melalui peningkatan maupun penurunan kontrol diri.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, I. N., Sariwulan, T., & Zahra, S. F. (2026). Pengaruh Digital Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta Angkatan Tahun 2021. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 1830–1853.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior : Organizational Behavior and Human Decision Processes. *University of Massachusetts at Amherst*, 179–211.
- Bank Indonesia. (2024). *Bank Indonesia: Mengakselerasi Ekonomi Digital Nasional untuk Generasi Mendatang*.
- Davis, V. dan. (2008). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Accident Analysis and Prevention*, 183(2), 153–164.
- Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah, R. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 4(April), 27–36.
- Empati, J., & Jannah, M. (2026). *PENGARUH SELF-CONTROL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF*. 15, 95–102.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair et al. (2024). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hendeiza Ayu Dinanti, & Yessi Nesneri. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Pekanbaru. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275. <https://ulilalbabinstitute.co.id/index.php/EKOMA/article/download/5403/4740>
- Kairupan, A. K., Rumokoy, L. J., Gunawan, E. M., Sam, U., & Manado, R. (2025). A . K . Kairupan ., L . J . Rumokoy ., E . M . Gunawan MISSING OUT TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI PROVINSI SULAWESI UTARA THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY , DIGITAL PAYMENT , AND FEAR OF MISSING OUT ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF GENERATION . 13(04), 694–704.
- Lili anggreyani, & Putri Kemala Dewi Lubis. (2025). Pengaruh Gaya Hidup dan E-Money (Shopeepay) terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMS Swasta bersama Berastagi dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Intervening. *Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan)*, 7(3), 600–613. <https://doi.org/10.52005/belaindika.v7i3.465>
- Maria, Y., & Mudayen, V. (2025). *Pengaruh teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup,*

- dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0. 19(1), 1–15.
- Martinus Budiantara, Desak Putu Putri Maharani, N. L. G. A. P. (2026). PERILAKU KEUANGAN KONSUMTIF: STUDI TENTANG PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, ATITUDE KEUANGAN DAN KONTROL DIRI PADA PENGGUNA E-MONEY. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 9(1), 2606–2616..
- Mora, N., & Sidiq, S. S. (2024). Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 10260–10268. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5924>
- Muchammad Akbar Kurniawan(1), Wiwit Nahdiyah Safitri (2), A. C. S., & Mustikawan(4), A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Finansial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(1), 1–14.
- Muhammad Rasyid, Wulandari, N. R., Albab, U., Zainal, J. H., Pagar, A., No, A., Ratu, K. L., & Kedaton, K. (2025). *Analisis Efektivitas Penggunaan Qris untuk Transaksi Pembayaran dalam Rangka Mendorong Perkembangan Ekonomi Digital (Studi Kasus Customer Gen Z di Bandar Lampung) Universitas Muhammadiyah lampung , Indonesia berbagai sektor , salah satunya adalah sistem .*
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>
- Nuri purwanto, Budiyanto, S. (2022). Theory Planned of Behavior. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Number 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Oktaviani, D., & Keni, K. (2024). Perilaku Impulsive Buying Sebagai Respon Terhadap Flash Sale Dan Customer’S Shopping Experience: Peran Moderasi Self-Control. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 472–486. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i2.32313>
- Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, P. (2025). Theory of Reasoned Action (TRA) & Theory of Planned Behavior (TPB). *The International Encyclopedia of Media Effects*, 1–7. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0075>
- Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Bisnis, F. E., Raya, U. T., Bisnis, F. E., & Raya, U. T. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya Abstrak Tak terbandungnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan meruba. 5(2), 661–677.
- Putri, M. D., Mappatempo, A., & Syah, F. (2025). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(5), 2302–2309. <https://doi.org/10.60036/jbm.683>
- Rinonce, E. M., Jannah, M., Amelia, R., Anggun, Z., & Prasetyo, R. (2025). Fear of Missing Out Fuels Impulsive Buying Behavior in Gen Z. *Psikologia : Jurnal Psikologi*, 10(1), 97–110. <https://doi.org/10.21070/psikologia.v10i1.1847>
- Rizanty, N. R., Napitupulu, I. H., Putri, A., & Syahputra, R. (2026). *Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa : Penggunaan E-Wallet , Literasi Keuangan dan Pengendalian*

- Diri*. 5(2), 1139–1146.
- Rohmaniyah. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, e-WOM, Dan Cashless Society Terhadap Keputusan Dalam Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2019 Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen*, 12(02), 1–10.
- Sahabuddin, R., Azlan, A., Kartika, Septyanti, N. A., Ahimsyah, M., & Maharani, D. D. (2025). Pengaruh E-Wallet dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 270–283. <https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4507>
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, A. (2023). pengaruh Literasi Keuangan dan gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. *Journal of Creative Student Research*, 1(2), 143. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>
- Sugiyono. (2023a). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D, Bandung. Alfabeta. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Number 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sugiyono. (2023b). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Badan Penerbit ALFABETA*.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). *High Self-Control Predicts Good Adjustment , Less Pathology , Better Grades , and Interpersonal Success*. (April 2004).
- Tri Utami, W., & Ratna Pamikatsih, T. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay di Surakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 350–359.
- Usman, B., Rianto, H., & Aujiropngpan, S. (2025). Digital payment adoption: A revisit on the theory of planned behavior among the young generation. *International Journal of Information Management Data Insights*, 5(1), 100319. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100319>
- Williamson, T. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. 7(2), 107–128.
- Wulandari, et al. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Santri dengan Self-Control Sebagai Variabel Mediasi*. 2(01), 306–312.
- Yang, U., Di, T., Surinta, B. E. I., Dwi, M., & Ingriyani, L. (2023). *Jurnal ekonomi bisnis vol 19 no 1 : 1 – 10*. 19(1), 1–10.