

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Proses globalisasi yang berjalan beriringan dengan kemajuan teknologi digital pada masa kini telah menimbulkan perubahan besar terhadap pola konsumsi masyarakat. Dinamika globalisasi tidak sekedar mempercepat penyebaran informasi lintas negara, tetapi juga memperluas jangkauan akses masyarakat terhadap berbagai produk serta layanan dari seluruh dunia. Keberadaan internet, media sosial, dan platform *e-commerce* memberikan kemudahan baru dalam aktivitas pembelian, yang kini dapat dilakukan dengan cara yang lebih efisien, cepat, dan praktis. Fenomena tersebut berdampak pada meningkatnya intensitas konsumsi, terutama di kalangan generasi muda yang cenderung menjadi pengguna paling aktif dalam ekosistem digital.

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi dan pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia, transformasi digital kini juga semakin terasa dalam sektor bisnis, terutama pada aspek transaksi ekonomi. Pemanfaatan layanan keuangan berbasis teknologi memberikan kemudahan signifikan dalam mendukung aktivitas ekonomi dan mempercepat proses interaksi antar pelaku usaha. Inovasi yang muncul di industri jasa keuangan telah membawa perubahan besar terhadap cara kerja sistem keuangan global, di mana model konvensional secara bertahap bergeser menuju sistem digital yang lebih efisien dan adaptif (M. I. Saâ & Fitrayati, 2022). Pergeseran tersebut, ditambah dengan semakin

kompleksnya dinamika kehidupan modern, turut menjadi faktor yang mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat secara luas.

Kemudahan dalam memperoleh informasi telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi semakin kompleksnya perilaku konsumsi masyarakat. Jika pada masa lalu keputusan konsumsi lebih berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dasar, kini perilaku membeli banyak dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, citra sosial, dan tren yang berkembang di dunia digital. Akibatnya, pola konsumsi yang berfokus pada kebutuhan primer beralih menuju konsumsi yang didorong oleh keinginan atau preferensi pribadi. Menurut Yusri (2020) tingginya tingkat konsumsi nasional memang dapat berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Namun demikian, apabila perilaku konsumsi individu hanya terpusat pada aspek kesenangan dan pemuasan keinginan, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan permasalahan ekonomi maupun sosial di tingkat masyarakat.

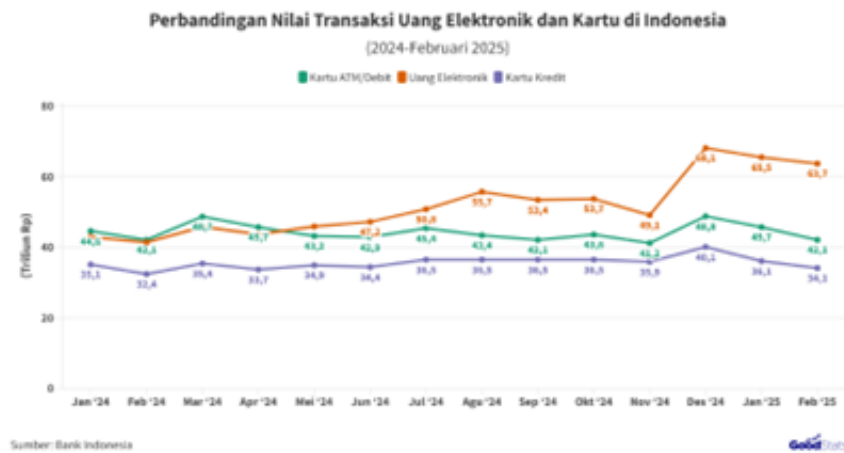
Perilaku konsumtif dapat dimaknai sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan pembelian secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional, di mana keinginan lebih diutamakan dibandingkan kebutuhan (Aprilia & Firmialy, 2022). Menurut Gunawan and Carissa (2021) ketika seseorang membeli barang bukan karena kebutuhan utama, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan pribadi, maka hal tersebut menunjukkan perilaku yang irasional dan bersifat kompulsif. Dengan demikian, perpaduan antara globalisasi ekonomi dan kemajuan teknologi digital telah menciptakan pola konsumsi baru yang

berorientasi pada simbol sosial serta status, bukan lagi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan nyata individu.

Perkembangan sistem pembayaran digital menunjukkan peningkatan yang signifikan sejalan dengan meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat. Berdasarkan laporan Bank Indonesia yang dikutip oleh GoodStats, (2025) nilai transaksi uang elektronik di Indonesia pada Februari 2025 mencapai Rp63,74 triliun, atau mengalami kenaikan sebesar 53,97% dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Bahkan, dalam beberapa bulan terakhir, transaksi uang elektronik telah melampaui penggunaan kartu ATM/debit maupun kartu kredit.

Tercatat bahwa transaksi menggunakan kartu ATM/debit pada Februari hanya mencapai Rp42,12 triliun dengan pertumbuhan tahunan yang sangat rendah, yaitu sekitar 0,06%. Sementara itu, transaksi kartu kredit mengalami peningkatan yang relatif moderat sebesar 5,23% dengan total nilai mencapai Rp34,12 triliun.

Meskipun demikian, secara kumulatif sepanjang tahun 2024, nilai transaksi uang elektronik masih berada di bawah transaksi kartu ATM/debit. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa total transaksi kartu ATM/debit selama tahun 2024 mencapai Rp7.196,75 triliun, mengalami penurunan sebesar 7,8% dibandingkan tahun 2023 yang sebesar Rp7.805,62 triliun. Di sisi lain, transaksi kartu kredit mencatat pertumbuhan sebesar 7,63% dengan total nilai mencapai Rp436,26 triliun.



Gambar 1.1

Perbandingan Nilai Transaksi Uang Elektronik dan Kartu di Indonesia

Sumber: GoodStats (2025)

Sementara itu, Nilai transaksi uang elektronik mengalami pertumbuhan paling pesat dibandingkan instrumen pembayaran lainnya. Sepanjang tahun 2024, total transaksi uang elektronik mencapai Rp2.503,96 triliun, meningkat sebesar 34,62% dibandingkan tahun 2023. Secara lebih rinci, nilai tersebut terdiri atas transaksi isi ulang (*top up/reload*) sebesar Rp1.319,08 triliun, pembelian menggunakan *e-money* sebesar Rp597,20 triliun, transfer antar *e-money* senilai Rp539,81 triliun, serta transaksi lainnya seperti penukaran saldo awal (*initial*), penarikan tunai, dan redeem (GoodStats, 2025). Data ini memperlihatkan bahwa masyarakat Indonesia semakin mengandalkan layanan pembayaran digital dalam berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari pembelian kebutuhan pokok, transportasi, hingga layanan hiburan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa *e-money* saat ini telah menjadi salah satu alat pembayaran utama dalam sistem

transaksi modern di Indonesia. Hal ini sekaligus mencerminkan adanya perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat yang semakin mengarah pada cara bertransaksi yang praktis, cepat, dan memanfaatkan teknologi digital. Temuan tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian Abidzar et al., (2023) yang mengungkapkan bahwa penggunaan dompet digital memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surakarta.. Hal serupa diungkapkan oleh Istiqomah (2025) yang menemukan bahwa keberagaman fitur pembayaran digital turut mendorong kecenderungan pelajar melakukan pembelian impulsif, bahkan ketika tidak selalu dilandasi oleh kebutuhan yang mendesak.

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 66,46%. Sementara itu, indeks inklusi keuangan berada pada angka yang lebih tinggi, yaitu 80,51% (OJK, 2025).

Capaian tersebut menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan hasil survei tahun 2022, di mana literasi keuangan masih berada pada angka 49,68% dan inklusi keuangan sebesar 85,10%. Meskipun literasi keuangan mengalami peningkatan yang positif, kesenjangan antara tingkat inklusi dan literasi keuangan masih terlihat cukup jelas.

Data lebih rinci menunjukkan adanya perbedaan yang cukup mencolok berdasarkan wilayah tempat tinggal, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan. Masyarakat yang tinggal di wilayah perkotaan memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi, yaitu 70,89%, dibandingkan masyarakat perdesaan yang berada di angka 59,60%. Dari aspek gender, tingkat literasi keuangan laki-laki (67,32%) sedikit lebih tinggi dibandingkan perempuan (65,58%). Di samping itu, tingkat pendidikan juga menjadi faktor yang berpengaruh penting, karena individu yang memiliki pendidikan lebih tinggi umumnya mempunyai pemahaman literasi keuangan yang lebih baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya keseimbangan antara peningkatan akses terhadap layanan keuangan dengan peningkatan kualitas literasi keuangan. Dengan demikian, manfaat dari inklusi keuangan dapat dirasakan secara lebih merata oleh seluruh lapisan masyarakat.

Kesenjangan antara tingginya tingkat inklusi keuangan dan masih rendahnya tingkat literasi keuangan berpotensi menimbulkan berbagai risiko, salah satunya ialah meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Kondisi ini cenderung lebih rentan terjadi pada kelompok usia muda. Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 yang diselenggarakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bekerja sama dengan Badan Pusat Statistik (BPS), kelompok ini tercatat sebagai pengguna yang paling dominan dalam memanfaatkan berbagai layanan keuangan digital. Ketika tingkat inklusi meningkat tanpa diimbangi dengan pemahaman literasi yang memadai,

masyarakat cenderung lebih menitikberatkan pada kemudahan akses serta penggunaan produk keuangan, tanpa memahami secara mendalam mengenai risiko dan tata kelola keuangan, maupun konsekuensi jangka panjang yang mungkin timbul. Situasi ini menunjukkan pentingnya upaya peningkatan literasi keuangan agar partisipasi masyarakat dalam sistem keuangan digital tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga produktif dan berkelanjutan.

Mahasiswa, sebagai bagian dari kelompok usia produktif, termasuk salah satu segmen masyarakat yang rentan terhadap dampak perkembangan teknologi digital dan perilaku konsumtif. Di satu sisi, mereka memiliki berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mendukung pendidikan, gaya hidup, dan aktivitas sosial. Di sisi lain, keterbatasan sumber pendapatan membuat pengelolaan keuangan menjadi tantangan tersendiri, sehingga mahasiswa sering terdorong melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan yang matang. Penelitian Agustian et al., (2025) menunjukkan bahwa gaya hidup, penggunaan media sosial, dan pemanfaatan *e-money* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Jambi.

Temuan serupa juga disampaikan oleh Aeni et al., (2024) yang menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam perspektif ekonomi Islam dipengaruhi oleh penggunaan *e-payment* serta rendahnya tingkat literasi keuangan syariah. Fenomena ini menggambarkan bahwa mahasiswa, selain berperan sebagai agen perubahan sosial, juga merupakan

konsumen aktif yang mudah terpengaruh oleh tren konsumsi modern. Beberapa temuan di lapangan memperlihatkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak selalu berkaitan dengan kemampuan akademik mereka. Contohnya, sejumlah mahasiswa dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) tinggi tetap terjebak dalam gaya hidup konsumtif akibat tekanan lingkungan sosial, dorongan untuk memiliki perangkat digital terbaru, atau keinginan mempertahankan citra diri di media sosial. Dengan demikian, pencapaian akademik yang baik tidak dapat dijadikan tolok ukur tunggal untuk menilai kesehatan perilaku finansial mahasiswa, sebab faktor sosial dan budaya digital juga memainkan peran yang signifikan.

Fenomena lain yang kini semakin sering terjadi di kalangan mahasiswa adalah keterlibatan mereka dalam praktik pinjaman online (pinjol). Berdasarkan data yang dirilis oleh TEMPO.CO (2023), kelompok usia 19–34 tahun menjadi pengguna pinjol terbanyak pada tahun tersebut, di mana sebagian besar berasal dari kalangan pelajar dan pekerja muda. Ironisnya, sebagian besar mahasiswa tidak menggunakan pinjaman tersebut untuk kebutuhan produktif, seperti pendidikan atau pengembangan diri, melainkan untuk memenuhi gaya hidup konsumtif, misalnya membeli barang fesyen, gawai terbaru, hingga keperluan hiburan.

Laporan dari KOMPAS.COM (2023) juga menguatkan temuan tersebut dengan mencatat bahwa lebih dari 54,06% pengguna pinjol berasal dari generasi muda. Motivasi utama penggunaan pinjol sering kali terkait dengan keinginan mengikuti tren konsumsi dan lemahnya pengendalian diri

dalam mengatur keuangan pribadi. Tidak sedikit laporan media yang menyoroti kasus mahasiswa yang terjatuh utang pinjol hingga mencapai puluhan juta rupiah. Dampaknya tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga psikologis, seperti stres, konflik dalam keluarga, hingga penurunan motivasi dan prestasi akademik. Kondisi ini menggambarkan adanya kontradiksi yang cukup mencolok, di mana mahasiswa yang seharusnya berperan sebagai insan akademis dengan idealisme tinggi dan rasionalitas berpikir justru banyak yang terperangkap dalam permasalahan keuangan akibat rendahnya literasi keuangan serta kurangnya kontrol diri. Fenomena tersebut menjadi cerminan bahwa peningkatan akses terhadap layanan keuangan digital harus disertai dengan edukasi keuangan yang komprehensif agar generasi muda tidak hanya cakap dalam menggunakan teknologi, tetapi juga bijak dalam mengelola keuangannya.

Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian didasari oleh beberapa pertimbangan penting. Pertama, mahasiswa termasuk dalam kelompok usia transisi menuju kedewasaan (*transitional adulthood*), di mana individu sedang berada pada fase pembentukan identitas diri dan penyesuaian terhadap berbagai perubahan sosial maupun ekonomi. Pada tahap ini, perilaku konsumsi mereka sering kali tidak sepenuhnya rasional, misalnya melakukan pembelian barang bukan karena kebutuhan nyata, tetapi demi pencitraan diri atau status sosial di lingkungan pergaulan. Fenomena tersebut sejalan dengan temuan Dewi and Gan (2024) yang menjelaskan bahwa mahasiswa sering kali mengonsumsi barang dan jasa

berdasarkan tren sosial dan kebutuhan aktualisasi diri daripada kebutuhan fungsional.

Kedua, mahasiswa merupakan kelompok usia yang sedang belajar untuk mengelola keuangan secara mandiri. Pada fase ini, mereka masih mengandalkan dukungan finansial dari orang tua dan belum memiliki kemampuan literasi keuangan yang matang, sehingga rentan terhadap perilaku konsumtif. Harkim and Sugiharto (2023) mengemukakan bahwa mahasiswa cenderung membuat keputusan finansial yang impulsif karena kurangnya pengalaman dan pemahaman dalam mengelola uang. Selain itu, Narmaditya and Sahid (2023) menambahkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa masih sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial dan keluarga karena mereka sedang berada dalam masa pembentukan kebiasaan ekonomi menuju kedewasaan.

Selaras dengan pandangan tersebut Anatasya et al., (2024) menegaskan bahwa mahasiswa berada pada masa peralihan menuju kedewasaan yang ditandai oleh proses pembentukan identitas diri dan kemandirian finansial. Dalam situasi ketika tingkat literasi keuangan masih rendah, mahasiswa cenderung mengambil keputusan konsumsi yang kurang rasional serta mudah terpengaruh oleh gaya hidup modern. Kondisi ini semakin diperkuat oleh perkembangan era digital yang serba cepat dan dipenuhi berbagai stimulus promosi. Oleh karena itu, mahasiswa menjadi kelompok yang relevan untuk diteliti dalam mengkaji hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, karena mereka

sedang berada pada fase pembentukan perilaku ekonomi yang akan berpengaruh hingga masa dewasa.

Dalam konteks penelitian ini, dijelaskan bahwa mahasiswa kerap melakukan pembelian bukan karena kebutuhan primer, tetapi lebih didorong oleh keinginan untuk mengikuti gaya hidup dan tekanan sosial di sekitarnya. Yusri (2020) serta B. P. Gunawan and Herlina (2025) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang membeli suatu barang bukan untuk memenuhi kebutuhan rasional, melainkan demi kesenangan pribadi atau untuk menjaga citra sosialnya. Pernyataan tersebut diperkuat oleh temuan Martini (2022) yang menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup modern serta eksposur media sosial berperan besar dalam mendorong mahasiswa agar senantiasa mengikuti tren konsumsi terbaru demi mendapatkan pengakuan sosial dan citra “*up to date*”.

Lebih lanjut, keterbatasan uang saku ternyata tidak selalu menjadi penghalang munculnya perilaku konsumtif karena kemudahan teknologi finansial seperti *e-money*, layanan *paylater*, dan pinjaman online (pinjol) yang semakin mudah diakses. Berdasarkan laporan TEMPO.CO (2023) dan KOMPAS.COM (2023) kelompok usia 19–34 tahun yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa merupakan pengguna pinjaman online terbanyak di Indonesia, dengan penggunaan yang umumnya ditujukan bukan untuk kebutuhan produktif, melainkan untuk menunjang gaya hidup konsumtif. Fakta ini memperlihatkan bahwa meskipun memiliki pendapatan terbatas, mahasiswa tetap dapat melakukan konsumsi berlebih melalui pemanfaatan

fasilitas keuangan digital yang memberi ilusi kemudahan dalam bertransaksi.

Nainggolan (2022) serta Rahmawati and Putri (2023) menegaskan bahwa perilaku konsumtif tersebut umumnya dipicu oleh rendahnya tingkat literasi keuangan dan lemahnya kontrol diri individu. Akibatnya, mahasiswa sering kali gagal menahan dorongan emosional untuk membeli sesuatu yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Dengan demikian, tingginya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa dengan kondisi finansial terbatas merupakan hasil interaksi kompleks antara gaya hidup digital, rendahnya kemampuan pengendalian diri, serta kemudahan transaksi non-tunai yang secara psikologis membuat pengeluaran terasa lebih ringan dan tidak membebani secara langsung. Literasi keuangan dianggap sebagai faktor kunci dalam mengontrol perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih rasional dan bijaksana dalam membuat keputusan finansial, sedangkan mereka dengan literasi rendah lebih mudah terdorong untuk melakukan konsumsi berlebihan.

Penelitian yang dilakukan oleh Al Rahmatia et al., (2025) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rahmawati & Putri, (2023) yang menegaskan pentingnya peran kontrol diri sebagai faktor yang mendukung efektivitas literasi keuangan dalam menekan perilaku konsumtif. Selain itu, Fauziah et al. (2023) juga

menguatkan pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa kombinasi antara literasi keuangan yang baik dan kemampuan kontrol diri mampu mengurangi kecenderungan konsumtif, khususnya di kalangan generasi muda yang semakin akrab dengan layanan keuangan digital. Dengan demikian, literasi keuangan bukan hanya berfungsi sebagai alat pengetahuan, tetapi juga sebagai mekanisme perlindungan dalam menjaga stabilitas keuangan pribadi di era digital.

Selain literasi keuangan, perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain, salah satunya adalah gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang. Menurut Martini (2022), gaya hidup merupakan bentuk ekspresi diri seseorang melalui preferensi konsumsi yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku ekonominya. Pemikiran ini menunjukkan bahwa gaya hidup berfungsi sebagai sarana untuk membangun identitas sekaligus menyesuaikan diri dengan norma dan dinamika sosial di lingkungannya. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup dapat mencakup preferensi terhadap mode, teknologi, hiburan, hingga konsumsi produk tertentu sebagai simbol identitas diri. Perubahan gaya hidup di era digital sangat dipengaruhi oleh perkembangan media sosial yang mendorong individu untuk menampilkan citra tertentu melalui perilaku konsumsi. Banyak mahasiswa merasa terdorong untuk membeli barang atau mengikuti tren bukan karena kebutuhan, tetapi untuk memperoleh pengakuan sosial dari lingkungannya. Menurut Funky et al., (2022) kondisi tersebut mendorong terjadinya pergeseran nilai dari pemenuhan kebutuhan yang bersifat fungsional

menuju kebutuhan yang lebih bersifat simbolik. Dalam hal ini, kegiatan konsumsi tidak lagi hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi juga menjadi sarana untuk menunjukkan dan membentuk status sosial Saâ & Fitrayati, (2022) Dengan demikian, gaya hidup hedonis dan keinginan untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial dapat menjadi faktor kuat yang mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Selain literasi keuangan dan gaya hidup, pemanfaatan *e-money* juga menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Menurut Yusri, (2020) *e-money* adalah alat pembayaran non-tunai yang sah, di mana saldo yang tersimpan setara dengan dana yang sebelumnya disetorkan oleh pengguna kepada penerbit. Saldo ini disimpan secara elektronik, baik di server maupun chip, sehingga dapat digunakan untuk berbagai jenis transaksi pembayaran.

Lebih lanjut, *e-money* juga dipahami sebagai produk *stored value* atau *prepaid* yang digunakan dalam transaksi elektronik, di mana dana tersimpan dalam media elektronik yang dimiliki oleh pengguna. Dalam praktiknya, bentuk uang elektronik yang paling umum digunakan antara lain *e-wallet* seperti DANA, OVO, GoPay, dan ShopeePay, serta layanan *mobile banking*. Penggunaan sistem pembayaran non-tunai ini sering kali membuat individu tidak merasakan secara langsung pengeluaran yang dilakukan, sehingga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif yang lebih tinggi (Layaman et al., 2022). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik yang tidak disertai dengan kesadaran finansial

dapat memperburuk perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Ariska et al., 2023). Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini menetapkan *e-money* sebagai variabel bebas karena dianggap lebih representatif dalam menjelaskan perubahan pola konsumsi mahasiswa di era digital dibandingkan dengan variabel pendapatan yang cenderung bersifat homogen. Penggunaan *e-money* tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk mempermudah proses transaksi, tetapi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi nilai uang yang dimiliki individu. Hal ini menyebabkan mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian impulsif karena transaksi non-tunai sering kali memberikan kesan bahwa pengeluaran yang dilakukan lebih ringan dan tidak terlalu terasa secara langsung. Akibatnya, *e-money* berpotensi menjadi salah satu faktor yang memperkuat kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa modern yang hidup dalam lingkungan digital yang serba cepat dan praktis (Ajzen, 1991; Layaman et al., 2022).

Salah satu faktor lain yang dapat dikategorikan sebagai faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa adalah kontrol diri. Menurut Nainggolan, (2022), kontrol diri merupakan aspek penting yang perlu dimiliki individu sebelum mengambil keputusan dalam bertindak. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi umumnya mampu mengatur penggunaannya dengan lebih baik serta mengelola dana secara lebih efektif, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif. Selain itu, kontrol diri juga dapat dipahami sebagai kemampuan

seseorang untuk menahan dorongan dan mengendalikan perilakunya, meskipun tidak terdapat pengawasan dari lingkungan sekitarnya (Nainggolan, 2022). Kontrol diri merupakan variabel penting yang berperan sebagai mekanisme pengendali dalam hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Individu yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik cenderung mampu menahan dorongan untuk bersikap konsumtif serta mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional. Sebaliknya, individu dengan tingkat kontrol diri yang rendah lebih mudah terpengaruh oleh berbagai faktor eksternal, seperti promosi, diskon, maupun tekanan sosial untuk mengikuti tren konsumtif. (Marcella et al., 2024; Ukhriyawati et al., 2024). Oleh karena itu, kontrol diri berperan penting sebagai variabel *intervening* yang dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara berbagai faktor eksternal dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Namun, hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya perbedaan temuan yang cukup menarik untuk dikaji lebih lanjut. Sejumlah penelitian hanya meneliti hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan *e-money* terhadap perilaku konsumtif secara parsial atau terbatas pada kombinasi dua variabel saja (Ashari & RK, 2023; Pamungkas & Putri, 2024). Di sisi lain, beberapa penelitian telah menempatkan kontrol diri sebagai variabel mediasi, namun penerapannya masih sebatas pada hubungan parsial antara satu atau dua variabel independen (L. G. K. Dewi et al., 2021; Layaman et al., 2022; Marcella et al., 2024). Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh

Alzura & Khalifaturofi'ah, (2024) serta Widiyanti et al. (2022) juga telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* dengan menempatkan kontrol diri sebagai variabel intervening. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan, namun belum sepenuhnya mampu menjelaskan variasi yang muncul pada konteks populasi yang berbeda. Kondisi ini membuka peluang untuk melakukan penelitian lanjutan guna menguji ulang model yang sama pada konteks yang lebih spesifik, sehingga dapat memperkuat sekaligus memperkaya temuan empiris sebelumnya.

Penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*) dalam dua aspek utama. Pertama, penelitian ini mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan menguji secara simultan pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, serta penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan kontrol diri sebagai satu-satunya variabel mediasi. Kedua, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunodjoyo Madura. Pemilihan lokasi tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan di kota-kota besar seperti Jakarta, Depok, dan Surakarta (Abidzar et al., 2023). Fokus ini memberikan nilai tambah karena mempertimbangkan konteks geografis, sosial, dan budaya yang berbeda, serta mengaitkannya dengan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) sebagai indikator kedisiplinan akademik mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, serta penggunaan uang elektronik

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura, dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi. Penelitian ini juga berupaya menjawab apakah pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* dapat membantu mahasiswa dalam menekan perilaku konsumtif yang kerap terjadi tanpa disadari.

Oleh karena itu, penulis mengangkat judul penelitian: “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.”

B. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
2. Apakah gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
3. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
4. Apakah literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?

5. Apakah gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
6. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh secara signifikan terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
7. Apakah kontrol diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
8. Apakah literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
9. Apakah gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?
10. Apakah penggunaan uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
2. Mengkaji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
3. Menilai pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
4. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
5. Mengkaji pengaruh gaya hidup terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
6. Menilai pengaruh penggunaan *e-money* terhadap kontrol diri mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
7. Menganalisis pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
8. Mengkaji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1

Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Trunojoyo Madura

9. Menilai pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura
10. Menganalisis pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri sebagai variabel intervening pada mahasiswa S1 Manajemen Konsentrasi Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Bagi Peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya yang dapat dibandingkan dengan hasil penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi universitas

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan materi mengenai perilaku konsumtif sebagai bahan ajar mahasiswa di lingkungan Universitas.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca tentang perilaku konsumtif. Selain itu juga diharapkan dapat menjadi gambaran umum dan menjadi motivasi dalam penentuan topik penelitian.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya dengan topik yang hampir serupa dan dapat dikembangkan lebih baik lagi.

d. Bagi penulis

Penelitian ini menjadi sarana bagi penulis untuk memperluas pengetahuan serta mengembangkan wawasan yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini juga melatih penulis untuk meningkatkan kemampuan berpikir secara kritis.