

Pengaruh Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet dalam Membentuk Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Tangerang

Iti Septi¹, Udin Bahrudin², Anggraini Soemadi³, Anggi Prayitno⁴, Ingkak Chintya Wangsih⁵

¹Universitas Cendekia Abditama dan itisepti@uca.ac.id

²Universitas Primagraha dan 76udinbahrudin@gmail.com

³Universitas Muhammadiyah Tangerang dan rdrsoemadi@gmail.com

⁴Universitas Majalengka dan prayitnoanggi12@gmail.com

⁵FEB, Akuntansi, Universitas Muhammadiyah A.R Fachruddin dan chintya.wangsih@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat teknologi keuangan telah mengubah perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa yang aktif menggunakan sistem pembayaran digital. Studi ini bertujuan untuk meneliti pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Frekuensi Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Tangerang. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menggunakan data survei yang dikumpulkan dari 250 mahasiswa melalui kuesioner yang diukur pada skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 25 melalui pengujian validitas dan reliabilitas, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Perilaku Konsumsi. Demikian pula, Frekuensi Penggunaan Dompot Digital secara signifikan memengaruhi Perilaku Konsumsi. Secara simultan, kedua variabel tersebut secara signifikan memengaruhi Perilaku Konsumsi, dengan nilai R^2 sebesar 0,590, menunjukkan bahwa 59,0% variasi dalam Perilaku Konsumsi dijelaskan oleh model yang diajukan. Temuan ini menyoroti pentingnya literasi keuangan digital dan penggunaan dompet digital yang bertanggung jawab dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

Kata kunci: Literasi Keuangan Digital, Penggunaan Dompot Digital, Perilaku Konsumsi, Teknologi Keuangan, Mahasiswa

ABSTRACT

The rapid growth of financial technology has transformed consumer behavior, particularly among college students who actively use digital payment systems. This study aims to examine the influence of Digital Financial Literacy and the Frequency of Digital Wallet Use on the Consumption Behavior of College Students in Tangerang. A quantitative approach was employed using survey data collected from 250 students through questionnaires measured on a five-point Likert scale. Data were analyzed using SPSS version 25 through validity and reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing. The results indicate that Digital Financial Literacy has a significant positive effect on Consumption Behavior. Similarly, the Frequency of Digital Wallet Use significantly influences Consumption Behavior. Simultaneously, both variables significantly affect Consumption Behavior, with an R^2 value of 0.590, indicating that 59.0% of the variation in Consumption Behavior is explained by the proposed model. These findings highlight the importance of digital financial literacy and responsible digital wallet usage in shaping students' consumption behavior in the digital era.

Keywords: Digital Financial Literacy, Digital Wallet Usage, Consumption Behavior, Financial Technology, College Students

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas keuangan dan pola konsumsi. Transformasi digital yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan internet,

smartphone, serta berbagai layanan berbasis teknologi telah mendorong lahirnya inovasi di sektor keuangan yang dikenal sebagai financial technology (fintech) (Alkhalid et al., 2023; Hannon et al., 2021; Teo, 2021). Salah satu inovasi yang paling banyak digunakan adalah e-wallet, yaitu layanan pembayaran digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan tanpa uang tunai (Judijanto, 2024; Yuwono et al., 2024). Di Indonesia, penggunaan e-wallet mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan sistem pembayaran yang efisien dan terintegrasi dengan berbagai layanan digital (Ardiansyah, 2019; Restuputri et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa digitalisasi keuangan telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, khususnya generasi muda.

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang paling aktif dalam mengadopsi teknologi digital, termasuk layanan e-wallet. Sebagai generasi yang tumbuh di era digital, mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan yang tinggi terhadap berbagai aplikasi keuangan digital seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja. Berbagai fitur yang ditawarkan, seperti kemudahan transaksi, cashback, diskon, hingga integrasi dengan platform e-commerce dan transportasi daring, menjadikan e-wallet sebagai metode pembayaran yang semakin diminati (Ramadhan et al., 2023). Kemudahan tersebut tidak hanya mengubah cara mahasiswa melakukan transaksi, tetapi juga berpotensi memengaruhi pola pengeluaran dan keputusan konsumsi mereka. Dengan semakin seringnya penggunaan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari, mahasiswa menjadi kelompok yang menarik untuk diteliti dalam konteks hubungan antara teknologi keuangan dan perilaku konsumsi (Ardiansyah, 2019; Restuputri et al., 2023).

Di sisi lain, mahasiswa berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial sehingga mulai memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam mengelola keuangan pribadi. Pada tahap ini, keputusan konsumsi yang diambil dapat memengaruhi kondisi keuangan mereka di masa depan. Namun, kemudahan transaksi digital yang ditawarkan oleh e-wallet sering kali menyebabkan berkurangnya kesadaran terhadap jumlah pengeluaran yang dilakukan. Berbagai promosi seperti cashback, voucher, dan potongan harga dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan atau bersifat impulsif (Ramadhan et al., 2023). Akibatnya, perilaku konsumtif menjadi salah satu fenomena yang semakin sering ditemukan pada kalangan mahasiswa di era ekonomi digital saat ini. Oleh karena itu, diperlukan faktor pengendali yang mampu membantu mahasiswa mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Salah satu faktor yang diyakini berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi adalah Digital Financial Literacy. Konsep ini merujuk pada kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan berbagai layanan keuangan digital secara efektif dan aman (Efendi et al., 2023; Frimpong et al., 2022; Romadhani & Handini, 2023). Digital Financial Literacy tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai sistem pembayaran digital, tetapi juga kemampuan dalam mengelola keuangan, memahami risiko transaksi digital, menjaga keamanan data pribadi, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat. Individu yang memiliki tingkat Digital Financial Literacy yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan (Frimpong et al., 2022; Respati et al., 2023). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan digital dapat menyebabkan individu lebih rentan terhadap keputusan keuangan yang kurang tepat dan penggunaan layanan digital yang tidak bijaksana.

Selain Digital Financial Literacy, intensitas penggunaan e-wallet juga diperkirakan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin sering seseorang menggunakan e-wallet, semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan dalam pola konsumsi akibat kemudahan transaksi yang ditawarkan. Berbeda dengan pembayaran tunai yang melibatkan pertukaran uang secara fisik, pembayaran digital cenderung mengurangi persepsi psikologis terhadap pengeluaran sehingga pengguna merasa lebih mudah untuk melakukan pembelian (Agarwal, 2024; Belmonte et al., 2024). Ditambah lagi dengan berbagai strategi promosi yang diberikan oleh penyedia layanan e-wallet, pengguna dapat terdorong untuk meningkatkan frekuensi transaksi dan konsumsi mereka (Bernando & Ray, 2023; Ramadhan et al., 2023). Dengan demikian, intensitas penggunaan e-wallet menjadi variabel yang relevan untuk dikaji dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital.

Meskipun penelitian mengenai literasi keuangan dan penggunaan pembayaran digital telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih menempatkan kedua variabel tersebut secara terpisah. Penelitian yang secara simultan mengkaji pengaruh Digital Financial Literacy dan intensitas penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa masih relatif terbatas, khususnya pada konteks mahasiswa di Kota Tangerang yang memiliki tingkat adopsi teknologi digital yang tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Digital Financial Literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, menguji pengaruh intensitas penggunaan e-wallet terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, serta menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur mengenai perilaku konsumen digital sekaligus menjadi masukan bagi perguruan tinggi, pemerintah, dan penyedia layanan keuangan digital dalam meningkatkan kualitas literasi keuangan digital di kalangan mahasiswa.

LANDASAN TEORI

A. Digital Financial Literacy

Digital Financial Literacy merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital secara efektif dan bertanggung jawab. Konsep ini mencakup pengetahuan mengenai sistem pembayaran digital, perbankan online, aplikasi keuangan, keamanan siber, serta pengelolaan keuangan pribadi dalam lingkungan digital (Kaur & Sahni, n.d.; Romadhani & Handini, 2023). Bagi mahasiswa yang semakin aktif menggunakan teknologi keuangan, tingkat Digital Financial Literacy yang baik dapat membantu dalam mengelola pengeluaran, menghindari perilaku konsumtif, dan mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih baik, sehingga Digital Financial Literacy dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumsi di era digital (Frimpong et al., 2022; Rahadjeng et al., 2023).

B. Intensitas Penggunaan e-Wallet

Intensitas penggunaan e-wallet mengacu pada tingkat frekuensi dan keteraturan individu dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital untuk melakukan berbagai

transaksi keuangan. E-wallet, seperti GoPay, OVO, DANA, ShopeePay, dan LinkAja, telah menjadi salah satu inovasi fintech yang banyak digunakan karena menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam bertransaksi (Ramadhan et al., 2023; Yanti et al., 2023). Semakin sering seseorang menggunakan e-wallet, semakin tinggi pula integrasi sistem pembayaran digital dalam aktivitas sehari-harinya. Dari perspektif perilaku konsumen, metode pembayaran dapat memengaruhi keputusan pembelian dan pola pengeluaran. Teori payment decoupling menjelaskan bahwa pembayaran digital mengurangi keterlibatan fisik uang sehingga pengguna cenderung merasakan beban psikologis yang lebih rendah saat bertransaksi dibandingkan pembayaran tunai (Hannoon et al., 2021; Reitzug & Heitmann, 2020). Selain itu, berbagai program promosi seperti cashback, diskon, dan poin hadiah yang ditawarkan penyedia e-wallet dapat mendorong peningkatan frekuensi transaksi dan konsumsi. Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet yang lebih intensif berkaitan dengan perubahan perilaku belanja, terutama pada mahasiswa yang aktif menggunakan layanan digital untuk belanja online, transportasi, dan kebutuhan sehari-hari (French et al., 2021; Singh, 2024). Oleh karena itu, intensitas penggunaan e-wallet dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

C. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan pola tindakan individu dalam memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan. Perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor internal seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, sikap, dan gaya hidup, serta faktor eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, aktivitas pemasaran, dan perkembangan teknologi (Lee, 2023; Restuputri et al., 2023). Dalam era digital, inovasi teknologi dan kemudahan akses terhadap berbagai platform belanja serta sistem pembayaran digital telah menjadi faktor yang semakin berpengaruh terhadap keputusan konsumsi, khususnya di kalangan mahasiswa. Sebagai kelompok yang memiliki tingkat penggunaan teknologi yang tinggi, mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh media sosial, lingkungan pertemanan, tren digital, dan kemudahan transaksi elektronik dalam menentukan keputusan pembelian (Hannoon et al., 2021; Reitzug & Heitmann, 2020). Perilaku konsumsi dapat bersifat rasional apabila didasarkan pada kebutuhan, kemampuan finansial, dan manfaat jangka panjang, namun dapat pula menjadi konsumtif atau irasional apabila didorong oleh keinginan sesaat, emosi, tekanan sosial, maupun promosi yang menarik (Naeem et al., 2023; Yong, 2023). Oleh karena itu, perilaku konsumtif dalam penelitian ini dipahami sebagai kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pengeluaran dan pengambilan keputusan pembelian yang tercermin melalui frekuensi pembelian, prioritas pengeluaran, kecenderungan pembelian impulsif, pengelolaan anggaran, serta kemampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

D. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara dua variabel independen, yaitu Digital Financial Literacy (X_1) dan Intensitas Penggunaan E-Wallet (X_2), dengan variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y). Digital Financial Literacy dipandang sebagai kemampuan mahasiswa dalam memahami dan memanfaatkan layanan keuangan digital secara bijak, sedangkan intensitas penggunaan e-wallet mencerminkan frekuensi dan tingkat keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan pembayaran digital untuk berbagai transaksi. Kedua variabel tersebut diperkirakan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana tingkat Digital Financial Literacy dan intensitas penggunaan e-wallet dapat membentuk perilaku konsumtif mahasiswa di Tangerang.

Hubungan antara Digital Financial Literacy dan perilaku konsumtif telah menjadi perhatian dalam berbagai penelitian perilaku keuangan. Digital Financial Literacy memberikan individu pengetahuan dan keterampilan untuk memahami informasi keuangan, mengelola pengeluaran, serta mengambil keputusan yang tepat terkait penggunaan layanan keuangan digital. Dalam konteks mahasiswa, tingkat Digital Financial Literacy yang tinggi memungkinkan mereka untuk lebih cermat dalam memantau pengeluaran, mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan (Respati et al., 2023; Romadhani & Handini, 2023). Selain itu, mahasiswa yang memiliki pemahaman yang baik mengenai risiko transaksi digital dan strategi pemasaran berbasis promosi cenderung lebih mampu mengendalikan diri dalam berbelanja. Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi umumnya memiliki perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab, tingkat pembelian impulsif yang lebih rendah (Frimpong et al., 2022; Rahadjeng et al., 2023), serta kemampuan perencanaan keuangan yang lebih baik. Oleh karena itu, Digital Financial Literacy diperkirakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H1: Digital Financial Literacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Tangerang.

Hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif dapat dijelaskan melalui semakin luasnya adopsi pembayaran digital yang membuat proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, dan praktis. Meskipun memberikan efisiensi dalam pembayaran, penggunaan e-wallet yang semakin intensif berpotensi memengaruhi pola pengeluaran konsumen karena transaksi digital tidak melibatkan pertukaran uang tunai secara fisik sehingga mengurangi kesadaran terhadap jumlah pengeluaran yang dilakukan (Lee, 2023; Restuputri et al., 2023). Perspektif ekonomi perilaku menjelaskan bahwa pembayaran digital sering kali dipersepsikan berbeda dibandingkan pembayaran tunai, di mana rendahnya visibilitas pengeluaran dapat meningkatkan kecenderungan pembelian

impulsif dan konsumsi yang lebih tinggi. Selain itu, berbagai promosi yang ditawarkan oleh penyedia e-wallet, seperti cashback, diskon, dan program reward, dapat mendorong pengguna untuk lebih sering bertransaksi dan meningkatkan pengeluaran mereka. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa individu yang lebih sering menggunakan sistem pembayaran digital cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan pengguna yang masih mengandalkan transaksi tunai (Junarsin et al., 2023; Zhou et al., 2022). Oleh karena itu, intensitas penggunaan e-wallet diperkirakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H2: Intensitas Penggunaan E-Wallet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Tangerang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori untuk menganalisis pengaruh Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Tangerang. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik dan analisis statistik. Populasi penelitian adalah mahasiswa yang berkuliah di berbagai perguruan tinggi di Kota Tangerang. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa yang aktif menggunakan e-wallet minimal selama enam bulan dan melakukan transaksi digital secara rutin. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 250 responden yang dianggap mampu merepresentasikan populasi penelitian.

Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang dikembangkan dari teori dan penelitian terdahulu mengenai Digital Financial Literacy, Intensitas Penggunaan E-Wallet, dan Perilaku Konsumtif. Seluruh item pernyataan diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel Digital Financial Literacy diukur melalui indikator pengetahuan layanan keuangan digital, pemahaman sistem pembayaran digital, kemampuan mengelola transaksi digital, kesadaran terhadap risiko keuangan digital, dan kemampuan mengevaluasi produk keuangan digital. Variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet diukur melalui frekuensi transaksi, frekuensi pembelian online, ketergantungan terhadap e-wallet, penggunaan fitur e-wallet, dan pemanfaatan program promosi. Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif diukur melalui frekuensi pembelian, prioritas pengeluaran, kecenderungan pembelian impulsif, pengelolaan anggaran, dan kemampuan membedakan kebutuhan dengan keinginan.

Analisis data dilakukan menggunakan Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 25. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan variabel penelitian, uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment, serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif, serta uji F untuk menguji pengaruh kedua variabel independen secara simultan. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi Digital Financial

Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet dalam menjelaskan variasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Tangerang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 250 mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Tangerang yang aktif menggunakan aplikasi e-wallet. Responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin, responden perempuan mendominasi penelitian dengan jumlah 142 orang (56,8%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 108 orang (43,2%). Dominasi responden perempuan menunjukkan bahwa penggunaan layanan pembayaran digital dalam penelitian ini lebih banyak dilakukan oleh mahasiswa perempuan dibandingkan mahasiswa laki-laki. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang 21–23 tahun sebanyak 118 orang (47,2%), diikuti kelompok usia 18–20 tahun sebanyak 96 orang (38,4%), dan usia di atas 23 tahun sebanyak 36 orang (14,4%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa yang berada pada fase pertengahan masa studi sarjana dan memiliki tingkat aktivitas digital yang relatif tinggi.

Berdasarkan jenis e-wallet yang paling sering digunakan, ShopeePay menempati posisi pertama dengan 74 pengguna (29,6%), diikuti oleh DANA sebanyak 68 pengguna (27,2%), GoPay sebanyak 52 pengguna (20,8%), OVO sebanyak 41 pengguna (16,4%), dan LinkAja sebanyak 15 pengguna (6,0%). Dominasi penggunaan ShopeePay menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung memilih layanan pembayaran digital yang terintegrasi dengan platform e-commerce serta menawarkan berbagai promosi menarik seperti cashback dan diskon. Tingginya penggunaan DANA dan GoPay juga mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi, luasnya jaringan merchant, serta berbagai fitur pendukung menjadi faktor penting yang memengaruhi preferensi mahasiswa dalam menggunakan e-wallet sebagai alat pembayaran utama dalam aktivitas sehari-hari.

B. Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
Digital Financial Literacy	250	2,00	5,00	4,12	0,541
Intensitas Penggunaan E-Wallet	250	1,80	5,00	4,25	0,612
Perilaku Konsumtif	250	2,10	5,00	4,07	0,578

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel Digital Financial Literacy memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 4,12 dengan standar deviasi 0,541, yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan digital mahasiswa tergolong tinggi dan relatif homogen. Variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,25 dengan standar deviasi 0,612, yang mengindikasikan bahwa responden sangat aktif menggunakan e-wallet dalam aktivitas transaksi sehari-hari. Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif memperoleh nilai rata-rata sebesar 4,07 dengan standar deviasi 0,578, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat perilaku konsumtif yang cukup tinggi.

C. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Item	r-Calculated	r-Table	Result
DFL1	0.734	0.124	Valid
DFL2	0.771	0.124	Valid
DFL3	0.746	0.124	Valid
DFL4	0.792	0.124	Valid
DFL5	0.754	0.124	Valid
DWU1	0.716	0.124	Valid
DWU2	0.781	0.124	Valid
DWU3	0.735	0.124	Valid
DWU4	0.765	0.124	Valid
DWU5	0.802	0.124	Valid
CB1	0.722	0.124	Valid
CB2	0.755	0.124	Valid
CB3	0.734	0.124	Valid
CB4	0.783	0.124	Valid
CB5	0.748	0.124	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini terlihat dari nilai r-hitung pada setiap indikator yang berada di atas nilai r-tabel sebesar 0,124. Pada variabel Digital Financial Literacy, nilai r-hitung berkisar antara 0,734 hingga 0,792, sedangkan pada variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet berkisar antara 0,716 hingga 0,802. Sementara itu, variabel Perilaku Konsumtif memiliki nilai r-hitung antara 0,722 hingga 0,783. Karena seluruh nilai r-hitung lebih besar daripada r-tabel, maka seluruh item pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat dan layak digunakan dalam proses analisis selanjutnya. Temuan ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat validitas yang baik sehingga dapat dipercaya untuk mengukur Digital Financial Literacy, Intensitas Penggunaan E-Wallet, dan Perilaku Konsumtif mahasiswa.

2. Uji Keandalan

Tabel 3. Hasil Uji Keandalan

Variabel	Cronbach's Alpha	Interpretasi
Digital Financial Literacy	0,883	Reliabel
Intensitas Penggunaan E-Wallet	0,871	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,892	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Variabel Digital Financial Literacy memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,883, variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet sebesar 0,871, dan variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,892. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum yang disyaratkan, yaitu 0,70, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel. Nilai Cronbach's Alpha yang mendekati 0,90 mengindikasikan bahwa setiap item pernyataan dalam masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dalam mengukur konstruk yang sama. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat menghasilkan data yang stabil, konsisten, dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut mengenai pengaruh Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di Tangerang.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Variable	Sig. Value
Residual	0.200

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig.) untuk residual sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian, yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi salah satu syarat penting dalam analisis regresi linear berganda. Kondisi ini menunjukkan bahwa penyebaran data residual telah mengikuti pola distribusi normal, sehingga hasil pengujian statistik yang dilakukan dapat dianggap valid dan tidak mengalami bias akibat pelanggaran asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Tolerance	VIF
Digital Financial Literacy	0.692	1.445
Intensitas Penggunaan E-Wallet	0.692	1.445

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,692 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,445. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 serta nilai VIF yang jauh di bawah batas maksimum 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara variabel independen dalam model penelitian. Dengan demikian, kedua variabel bebas tidak memiliki korelasi yang tinggi satu sama lain dan mampu memberikan kontribusi yang independen dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi multikolinearitas sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis dan analisis lebih lanjut.

3. Heteroscedasticity Test

Tabel 6. Glejser Test Results

Variable	Sig.
Digital Financial Literacy	0.476
Intensitas Penggunaan E-Wallet	0.388

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser Test menunjukkan bahwa variabel Digital Financial Literacy memiliki nilai signifikansi sebesar 0,476, sedangkan variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet memiliki nilai signifikansi sebesar 0,388. Kedua nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians residual pada model penelitian bersifat konstan dan tidak terjadi ketidaksamaan penyebaran error pada berbagai tingkat variabel independen. Hasil ini

menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga estimasi parameter regresi yang dihasilkan dapat dianggap akurat, efisien, dan layak digunakan untuk analisis pengaruh Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di Tangerang.

E. Multiple Linear Regression Analysis

Tabel 7. Multiple Linear Regression Results

Variable	B	Std. Error	t	Sig.
Constant	1.128	0.294	3.837	0.000
Digital Financial Literacy	0.381	0.061	6.246	0.000
Intensitas Penggunaan E-Wallet	0.429	0.055	7.800	0.000

Regression Equation

$$Y = 1.128 + 0.381X_1 + 0.429X_2$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa baik Literasi Keuangan Digital maupun Frekuensi Penggunaan Dompot Digital memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumsi. Kenaikan satu satuan pada Literasi Keuangan Digital meningkatkan Perilaku Konsumsi sebesar 0,381 satuan, sedangkan kenaikan satu satuan pada Frekuensi Penggunaan Dompot Digital meningkatkan Perilaku Konsumsi sebesar 0,429 satuan.

F. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,768, yang menunjukkan bahwa hubungan antara Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet dengan Perilaku Konsumtif berada pada kategori kuat. Nilai R Square (R²) sebesar 0,590 mengindikasikan bahwa kedua variabel independen mampu menjelaskan 59,0% variasi perilaku konsumtif mahasiswa di Tangerang. Sementara itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,586 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dan sampel penelitian, kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen tetap berada pada tingkat yang tinggi. Adapun sisanya sebesar 41,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti pengaruh lingkungan sosial, gaya hidup, pendapatan, kontrol diri, maupun faktor psikologis lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

G. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (uji-t)

Tabel 8. Hasil Uji-t

Hypothesis	Relationship	t-value	Sig.	Result
H1	Digital Financial Literacy → Perilaku Konsumtif	6,246	0,000	Diterima
H2	Intensitas Penggunaan E-Wallet → Perilaku Konsumtif	7,800	0,000	Diterima

Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa Digital Financial Literacy memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa dengan nilai t-hitung sebesar 6,246 dan nilai signifikansi 0,000, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam mengelola

keuangan digital berperan dalam membentuk perilaku konsumsi mereka. Selain itu, variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, yang ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 7,800 dan nilai signifikansi 0,000, sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Nilai t-hitung yang lebih tinggi pada variabel Intensitas Penggunaan E-Wallet mengindikasikan bahwa variabel ini memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan Digital Financial Literacy dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Simultaneous Test (F-test)

Table 9. ANOVA Results

Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	49.214	2	24.607	177.924	0.000
Residual	34.170	247	0.138		
Total	83.384	249			

Hasil uji simultan (uji F) yang ditunjukkan pada Tabel ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat signifikansi yang sangat baik. Nilai F-hitung sebesar 177,924 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 mengindikasikan bahwa Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di Tangerang. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa kedua variabel independen secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memahami dan mengelola keuangan digital, tetapi juga oleh tingkat intensitas penggunaan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Financial Literacy berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di Tangerang. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kemampuan mahasiswa dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital, maka semakin besar pula kemampuan mereka dalam mengendalikan perilaku konsumsi (Respati et al., 2023; Romadhani & Handini, 2023). Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan digital yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian karena mereka memahami konsekuensi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan.

Digital Financial Literacy berperan penting dalam membantu mahasiswa mengelola pengeluaran, memahami keamanan transaksi digital, menyusun prioritas kebutuhan, serta membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks penggunaan layanan keuangan digital, mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik akan lebih berhati-hati dalam merespons promosi, diskon, maupun kemudahan pembayaran yang ditawarkan oleh platform digital (Frimpong et al., 2022; Rahadjeng et al., 2023). Dengan demikian, literasi keuangan digital dapat menjadi instrumen pengendalian diri agar mahasiswa tidak mudah terdorong pada perilaku konsumtif yang berlebihan.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Intensitas Penggunaan E-Wallet berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Semakin sering mahasiswa menggunakan e-wallet dalam aktivitas sehari-hari, semakin besar kemungkinan terjadinya perubahan dalam pola konsumsi dan keputusan pembelian. E-wallet memberikan kemudahan

transaksi, kecepatan pembayaran, serta akses terhadap berbagai promosi seperti cashback, diskon, dan reward (Agarwal, 2024; Belmonte et al., 2024). Meskipun fitur tersebut memberikan manfaat bagi pengguna, kemudahan ini juga dapat mendorong peningkatan frekuensi belanja apabila tidak disertai kontrol keuangan yang memadai.

Temuan ini sejalan dengan konsep *payment decoupling*, yang menjelaskan bahwa pembayaran digital dapat mengurangi beban psikologis saat seseorang mengeluarkan uang. Berbeda dengan transaksi tunai yang melibatkan perpindahan uang secara fisik, transaksi melalui e-wallet cenderung terasa lebih ringan karena pengguna tidak secara langsung melihat uang keluar (Denura & Soekarno, 2023; Yong, 2023). Kondisi tersebut dapat membuat mahasiswa lebih mudah melakukan pembelian impulsif, terutama ketika dipengaruhi oleh promosi digital dan kebiasaan bertransaksi secara praktis melalui aplikasi.

Secara simultan, Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet terbukti berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa di Tangerang. Nilai koefisien determinasi sebesar 59,0% menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hasil ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dalam era digital tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan teknologi pembayaran, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki. Oleh karena itu, peningkatan Digital Financial Literacy menjadi penting agar mahasiswa dapat memanfaatkan e-wallet secara bijak, bertanggung jawab, dan tidak terjebak dalam pola konsumsi yang berlebihan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 250 mahasiswa di Tangerang menggunakan metode regresi linear berganda, penelitian ini menyimpulkan bahwa Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Digital Financial Literacy yang lebih tinggi mendorong mahasiswa untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan, memahami risiko transaksi digital, serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengambilan keputusan konsumsi. Di sisi lain, intensitas penggunaan e-wallet yang semakin tinggi turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa karena kemudahan transaksi, aksesibilitas, serta berbagai promosi yang ditawarkan oleh platform pembayaran digital. Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 59,0%, yang berarti sebagian besar variasi perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh Digital Financial Literacy dan Intensitas Penggunaan E-Wallet. Temuan ini menegaskan bahwa pengetahuan keuangan digital dan kebiasaan penggunaan teknologi pembayaran digital merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa di era digital. Oleh karena itu, peningkatan program edukasi Digital Financial Literacy perlu terus didorong oleh perguruan tinggi, pemerintah, dan penyedia layanan keuangan digital guna menciptakan perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab dan berkelanjutan di kalangan generasi muda.

REFERENSI

- Agarwal, P. (2024). Evaluating the Impact of Security Measures on Customer Trust in E-Wallet Transactions. *International Journal of Science and Research (IJSR)*.
- Alkhalwaldeh, B. Y., Alhawamdeh, H., Al-Afeef, M. A. M., Al-Smadi, A. W., Almarshad, M., Fraihat, B. A. M., Soumadi, M. M., Nawasra, M., & Alaa, A. A. (2023). The effect of financial technology on financial performance in Jordanian SMEs: The role of financial satisfaction. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), 1019–1030. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.4.020>
- Ardiansyah, T. (2019). Model financial dan teknologi (fintech) membantu permasalahan modal wirausaha UMKM Di Indonesia. *Majalah Ilmiah Bijak*, 16(2), 158–166.
- Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250, 104526.
- Bernardo, F. O., & Ray, E. L. (2023). The decision to use e-wallet in the millennial generation in Jakarta. *Journal of The Community Development in Asia*, 6(2), 70–86.
- Denura, S. C., & Soekarno, S. (2023). A Study on Behavioural Bias & Investment Decision from Perspective of Indonesia's Cryptocurrency Investors. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(01), 535–548. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i1-58>
- Efendi, Z., Wati, L. N., & Kuraesin, A. D. (2023). *The Role of Financial Literacy in Strengthening the Effect of Digital Platforms and Financial Technology Peer-to-Peer Lending on Capital Access and MSME Growth: An Empirical Study of MSMEs in DKI Jakarta*.
- French, D., McKillop, D., & Stewart, E. (2021). The effectiveness of smartphone apps in improving financial capability. In *Financial Literacy and Responsible Finance in the FinTech Era* (pp. 6–22). Routledge.
- Frimpong, S. E., Agyapong, G., & Agyapong, D. (2022). Financial literacy, access to digital finance and performance of SMEs: Evidence From Central region of Ghana. *Cogent Economics & Finance*, 10(1), 2121356.
- Hannoon, A., Al-Sartawi, A., & Khalid, A. A. (2021). Relationship between financial technology and financial performance. *The Big Data-Driven Digital ...* https://doi.org/10.1007/978-3-030-73057-4_26
- Judijanto, L. (2024). Perkembangan Startup Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2011–2032.
- Junarsin, E., Hanafi, M. M., Iman, N., Arief, U., Naufa, A. M., Mahastanti, L., & Kristanto, J. (2023). Can technological innovation spur economic development? The case of Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 25–52. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-12-2020-0169>
- Kaur, K., & Sahni, N. (n.d.). *Influence of Financial Attitude, Financial Socialisation and Digital Financial Literacy on Personal Financial Management Behaviour of Women of Punjab*.
- Lee, Y.-K. (2023). Higher innovativeness, lower technostress?: comparative study of determinants on FinTech usage behavior between Korean and Chinese Gen Z consumers. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(7), 1663–1681.
- Naeem, M. A., Gul, R., Farid, S., Karim, S., & Lucey, B. M. (2023). Assessing linkages between alternative energy markets and cryptocurrencies. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 211, 513–529. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jebo.2023.04.035>
- Rahadjeng, E. R., Mukhlis, I., Murwani, D., & Mala, I. K. (2023). MSME Strategy the Impact of Financial Literacy, Self-Efficacy, and Financial Attitudes in improving MSME Business Performance in Indonesia. *Journal of Finance and Business Digital*, 2(1), 65–80.
- Ramadhan, I., Zulkarnain, Z., & Ananda, F. (2023). The Effect of Consumer Satisfaction on Reuse Intention of Digital Wallet Services (E-Wallet) in Indonesia. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, 38, 262. <https://doi.org/10.52155/ijpsat.v38.2.5323>
- Reitzug, F., & Heitmann, S. (2020). *Digital Financial Services and the Business of Managing Cash: Using Data-Driven Insights to Address the Agent Liquidity Challenge*. policycommons.net.
- Respati, D. K., Widyastuti, U., Nuryati, T., Musyaffi, A. M., Handayani, B. D., & Ali, N. R. (2023). How do students' digital financial literacy and financial confidence influence their financial behavior and financial well-being? *Nurture*, 17(2), 40–50.
- Restuputri, D. P., Refoera, F. B., & Masudin, I. (2023). Investigating Acceptance of Digital Asset and Crypto Investment Applications Based on the Use of Technology Model (UTAUT2). In *FinTech* (Vol. 2, Issue 3, pp. 388–413). <https://doi.org/10.3390/fintech2030022>
- Romadhani, N. A., & Handini, S. (2023). The Influence of Financial Literacy and Financial Behavior on Student Investment Decisions In Surabaya In Investment Company Digital-Based. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 37–47.

- Singh, D. A. (2024). Employee Engagement for Business Sustenance: a Strategic Data Driven Approach. *TechHumanize: The Fintech Evolution in HR - Innovations, Challenges, and Future Perspectives*, 40–46. <https://doi.org/10.58532/nbennurttch5>
- Teo, E. (2021). Introduction to blockchain smart contracts and programming with solidity for Ethereum. In *Blockchain and Smart Contracts: Design Thinking and Programming for FinTech* (pp. 189–216). World Scientific.
- Yanti, R., Wijayanto, G., & Setiawan, D. (2023). Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo Yang Di Pengaruhi Oleh E-Wom Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(1), 155–171.
- Yong, S. M. (2023). 4th Industry Revolution Digital Marketing Adoption Challenges in SMEs and its Effect on Customer Responsiveness. *Information Management and Business Review*, 15(2(I)SI SE-Research Paper). [https://doi.org/10.22610/imbr.v15i2\(I\)SI.3429](https://doi.org/10.22610/imbr.v15i2(I)SI.3429)
- Yuwono, V. K., Leoporjo, F., Irtanto, D., Nugraha, K. A., & Wibowo, O. H. (2024). Diversifikasi Ekonomi di Pulau Bali dalam Perspektif Pariwisata. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(3), 1128–1144.
- Zhou, G., Zhu, J., & Luo, S. (2022). The impact of fintech innovation on green growth in China: Mediating effect of green finance. In *Ecological Economics*. Elsevier.