

Pengaruh Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi

Siti Muarifah¹, Ade Taruna Wijaya², Cahya Ulal Jannah³

¹ Universitas Madani Indonesia dan sitimuarifah666@gmail.com

² Universitas Madani Indonesia dan Wijayaadee16@gmail.com

³ Universitas PGRI Banyuwangi dan cahyaulal96@gmail.com

ABSTRAK

Latar Belakang: Perkembangan teknologi keuangan digital telah mendorong peningkatan penggunaan *electronic wallet* (*e-wallet*) di kalangan mahasiswa. Kemudahan transaksi, berbagai promosi, serta akses pembayaran yang cepat dapat meningkatkan kecenderungan perilaku *impulsive buying*. Namun, tingkat literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa diduga dapat memengaruhi hubungan antara penggunaan *e-wallet* dan perilaku pembelian impulsif. Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa serta menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Universitas Madani Indonesia. Metode: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *explanatory research*. Sampel penelitian berjumlah 120 mahasiswa Universitas Madani Indonesia yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang mengukur intensitas penggunaan *e-wallet*, perilaku *impulsive buying*, dan literasi keuangan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial menggunakan regresi linear sederhana serta *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil: Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan *e-wallet* kategori tinggi (46,6%), literasi keuangan kategori sedang (41,7%), dan perilaku *impulsive buying* kategori sedang (43,3%). Hasil uji regresi menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa ($\beta = 0,587$; $p = 0,000$). Hasil uji moderasi menunjukkan bahwa literasi keuangan mampu memoderasi hubungan antara intensitas penggunaan *e-wallet* dan perilaku *impulsive buying* ($\beta = -0,284$; $p = 0,001$). Koefisien interaksi yang bernilai negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin lemah pengaruh intensitas penggunaan *e-wallet* terhadap perilaku *impulsive buying*. Kesimpulan: Intensitas penggunaan *e-wallet* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa. Literasi keuangan terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah pengaruh tersebut. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan diperlukan untuk membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih bijak di era digital.

Kata Kunci: E-Wallet, Impulsive Buying, Literasi Keuangan, Mahasiswa, Universitas Madani Indonesia.

ABSTRACT

Background: The development of digital financial technology has led to an increase in the use of electronic wallets (*e-wallets*) among university students. Transaction convenience, various promotional offers, and quick payment access may increase the tendency toward impulsive buying behavior. However, the level of financial literacy possessed by students is suspected to influence the relationship between *e-wallet* usage and impulsive purchasing behavior. Objective: This study aims to analyze the effect of *e-wallet* usage intensity on students' impulsive buying behavior and to examine the role of financial literacy as a moderating variable among students of Madani Indonesia University. Methods: This study employed a quantitative approach with an explanatory research design. The sample consisted of 120 students from Madani Indonesia University selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires that measured *e-wallet* usage intensity, impulsive buying behavior, and financial literacy. Data were analyzed descriptively and inferentially using simple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with a significance level of 0.05. Results: The findings showed that most respondents had a high level of *e-wallet* usage intensity (46.6%), a moderate level of financial literacy (41.7%), and a moderate level of impulsive buying behavior (43.3%). Regression analysis revealed that *e-wallet* usage intensity had a positive and significant effect on students' impulsive buying behavior ($\beta = 0.587$; $p = 0.000$). The moderation test indicated that financial literacy significantly

moderated the relationship between e-wallet usage intensity and impulsive buying behavior ($\beta = -0.284$; $p = 0.001$). The negative interaction coefficient suggests that higher levels of financial literacy weaken the effect of e-wallet usage intensity on impulsive buying behavior. Conclusion: E-wallet usage intensity has a significant effect on students' impulsive buying behavior. Financial literacy was proven to act as a moderating variable that weakens this relationship. Therefore, improving financial literacy is essential to help students manage their finances more wisely in the digital era.

Keywords: E-Wallet, Impulsive Buying, Financial Literacy, Student, Madani Indonesia University.

PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam sektor keuangan telah mengubah pola transaksi masyarakat secara signifikan, salah satunya melalui penggunaan dompet digital (*electronic wallet* atau *e-wallet*). E-wallet merupakan instrumen pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, mudah, dan efisien melalui perangkat digital. Menurut Davis (2019) dalam pengembangan *Technology Acceptance Model* (TAM), penggunaan suatu teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan manfaat yang dirasakan pengguna. Kemudahan transaksi yang ditawarkan e-wallet, seperti pembayaran tanpa uang tunai, integrasi dengan berbagai platform belanja daring, serta adanya promosi dan cashback, menjadikan layanan ini semakin diminati, terutama oleh kalangan mahasiswa yang memiliki tingkat adaptasi teknologi yang tinggi (Aji et al., 2020).

Perkembangan penggunaan e-wallet di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat. Berdasarkan laporan Bank Indonesia (2024), transaksi uang elektronik mengalami pertumbuhan yang konsisten seiring dengan meningkatnya digitalisasi sistem pembayaran nasional. Selain itu, survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) menunjukkan bahwa kelompok usia 19–24 tahun merupakan salah satu kelompok pengguna internet dan layanan keuangan digital terbesar di Indonesia. Mahasiswa sebagai bagian dari kelompok tersebut memanfaatkan e-wallet untuk berbagai kebutuhan, mulai dari pembelian makanan, transportasi, pembayaran tagihan, hingga transaksi pada platform *e-commerce*. Tingginya intensitas penggunaan e-wallet diduga dapat memengaruhi pola konsumsi mahasiswa, khususnya dalam perilaku pembelian yang tidak direncanakan.

Salah satu dampak yang sering dikaitkan dengan kemudahan transaksi digital adalah meningkatnya perilaku *impulsive buying*. Menurut Badgaiyan dan Verma (2015), *impulsive buying* merupakan perilaku pembelian spontan yang dilakukan tanpa perencanaan sebelumnya dan lebih didorong oleh dorongan emosional dibandingkan pertimbangan rasional. Teori *Pain of Paying* menjelaskan bahwa penggunaan pembayaran non-tunai dapat mengurangi persepsi kehilangan uang saat bertransaksi sehingga individu lebih mudah melakukan pembelian impulsif (Prelec & Loewenstein, 2018). Dalam konteks e-wallet, berbagai fitur seperti cashback, diskon, gratis ongkir, dan promosi waktu terbatas dapat meningkatkan dorongan konsumen untuk melakukan pembelian secara spontan (Sari & Nugroho, 2023).

Terdapat bukti dari sejumlah studi bahwa penggunaan dompet elektronik dapat menyebabkan pembelian impulsif. Kecenderungan mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif berkorelasi positif dan signifikan dengan frekuensi penggunaan dompet digital mereka, menurut penelitian Rahmawati dan Pradana (2022). Studi lain yang menemukan bahwa mahasiswa lebih cenderung melakukan pembelian impulsif ketika mereka menggunakan dompet elektronik secara teratur adalah Pratiwi dkk. (2023). Selain itu, studi yang dilakukan oleh Putri dan Hidayat (2024) menunjukkan bahwa elemen utama yang mendorong perilaku pembelian impulsif generasi muda adalah banyaknya promosi pada aplikasi pembayaran elektronik dan kemudahan melakukan transaksi digital.

Di sisi lain, tidak semua orang yang menggunakan dompet elektronik cenderung melakukan pembelian terburu-buru. Literasi keuangan adalah salah satu elemen potensial yang dapat memengaruhi korelasi ini. Kemampuan untuk memahami dan menerapkan ide-ide keuangan, serta untuk mengelola sumber daya keuangan sendiri dan membuat pilihan keuangan yang bijaksana, dikenal sebagai literasi keuangan (OECD, 2023). Lusardi dan Mitchell (2017) menemukan bahwa orang yang melek finansial lebih cenderung mengendalikan uang mereka, membatasi pengeluaran, dan menahan diri dari membeli barang yang tidak mereka butuhkan. Akibatnya, literasi finansial dapat berperan dalam mengurangi dampak buruk penggunaan dompet elektronik terhadap pembelian impulsif.

Telah ada penelitian yang terus-menerus tentang hubungan antara literasi finansial dan pembelian impulsif. Dewi dan Setiawan (2023) menemukan bahwa perilaku pembelian impulsif mahasiswa dipengaruhi secara negatif oleh pengetahuan finansial mereka. Mahasiswa yang melek finansial juga menunjukkan pengendalian diri yang lebih tinggi dan cenderung tidak mudah tergoda untuk melakukan pembelian impulsif, menurut penelitian oleh Handayani dkk. (2024). Selain itu, meskipun orang menggunakan berbagai layanan keuangan digital, studi oleh Saputra dan Lestari (2022) menemukan bahwa literasi finansial dapat meningkatkan perilaku konsumsi yang rasional.

Seiring pertumbuhan ekonomi digital, semakin banyak mahasiswa yang menggunakan dompet elektronik, menurut tren terkini. Di sisi lain, kemampuan siswa untuk mengelola uang mereka dengan bijak mungkin akan terganggu jika mereka menjadi lebih rentan terhadap pembelian impulsif karena kemudahan belanja online. Siswa juga berbeda dalam kemampuan mereka untuk mengelola pengeluaran karena perbedaan tingkat pengetahuan keuangan mereka. Sejumlah penelitian telah meneliti hubungan antara pembelian impulsif, literasi keuangan, dan penggunaan dompet elektronik, meskipun sebagian besar studi ini hanya mempertimbangkan literasi keuangan sebagai variabel independen.

Dari apa yang Anda katakan, tampaknya belum cukup banyak penelitian tentang bagaimana literasi keuangan memengaruhi korelasi antara pembelian impulsif siswa dan frekuensi penggunaan dompet elektronik mereka. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian tentang dampak perilaku keuangan siswa di era digital dan peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Ini akan membantu kita memahami

bagaimana siswa menggunakan dompet elektronik dan mengembangkan program untuk meningkatkan literasi keuangan, yang pada gilirannya akan mendorong siswa untuk menjadi konsumen yang lebih bertanggung jawab.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksploratif untuk menganalisis pengaruh intensitas penggunaan dompet elektronik terhadap perilaku pembelian impulsif dan untuk menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi di kalangan mahasiswa Universitas Madani Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan dari Januari hingga Maret 2026.

Populasi penelitian terdiri dari mahasiswa Universitas Madani Indonesia. Sebanyak 120 partisipan dipilih untuk penelitian ini dengan menggunakan teknik seleksi purposif. Semua partisipan harus merupakan mahasiswa aktif, telah menggunakan aplikasi dompet elektronik dalam enam bulan terakhir, dan bersedia mengisi formulir persetujuan informed consent agar dapat diikutsertakan.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang terdiri atas karakteristik responden, kuesioner intensitas penggunaan e-wallet, kuesioner perilaku impulsive buying, dan kuesioner literasi keuangan. Variabel intensitas penggunaan e-wallet diukur melalui 10 pernyataan yang mencakup frekuensi penggunaan, kemudahan transaksi, dan pemanfaatan fitur pembayaran digital. Variabel impulsive buying diukur menggunakan 12 pernyataan yang mencerminkan kecenderungan pembelian spontan, tidak terencana, dan dipengaruhi oleh faktor emosional. Variabel literasi keuangan diukur melalui 10 pernyataan yang meliputi pengetahuan, sikap, dan perilaku dalam pengelolaan keuangan. Seluruh item menggunakan skala Likert 5 poin, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Instrumen penelitian terdiri dari survei literasi keuangan, survei perilaku pembelian impulsif, survei intensitas penggunaan dompet elektronik, dan survei karakteristik responden. Sepuluh pernyataan yang mengukur intensitas penggunaan dompet digital mencakup hal-hal seperti seberapa sering orang menggunakan fitur tersebut, seberapa mudah melakukan transaksi, dan seberapa sering mereka menggunakan opsi pembayaran digital. Dua belas pernyataan yang menggambarkan kecenderungan untuk pembelian yang dimotivasi secara emosional, spontan, dan tidak terduga membentuk variabel pembelian impulsif. Variabel literasi keuangan terdiri dari sepuluh item yang mengukur pengetahuan, sikap, dan perilaku manajemen keuangan. Setiap item dievaluasi menggunakan skala Likert 5 poin, dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen dilakukan uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai $\alpha \geq 0,70$ sebagai kriteria reliabel.

Analisis data dilakukan menggunakan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 26. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi masing-masing variabel penelitian. Analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji pengaruh intensitas penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa. Selanjutnya, dilakukan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk menguji peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara intensitas

penggunaan e-wallet dan perilaku impulsive buying. Pengambilan keputusan statistik dilakukan pada tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 0,05$).

Penelitian ini telah memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian yang meliputi kerahasiaan identitas responden, partisipasi sukarela, anonimitas data, serta persetujuan responden sebelum pengumpulan data dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden Mahasiswa Universitas Madani Indonesia

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	48	40,0
	Perempuan	72	60,0
Usia	18–20 Tahun	42	35,0
	21–23 Tahun	58	48,3
	>23 Tahun	20	16,7
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis	38	31,7
	Kesehatan	34	28,3
	Teknik dan Informatika	26	21,7
	Sosial dan Humaniora	22	18,3
Semester	Semester 2–4	40	33,3
	Semester 5–6	46	38,3
	Semester 7–8	34	28,4
Rata-rata Penggunaan E-Wallet per Minggu	1–5 Kali	25	20,8
	6–10 Kali	48	40,0
	>10 Kali	47	39,2
Total		120	100

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa dari 120 responden, sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 orang (60,0%), sedangkan laki-laki sebanyak 48 orang (40,0%). Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–23 tahun sebanyak 58 orang (48,3%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada masa dewasa awal yang aktif menggunakan teknologi digital dan layanan keuangan elektronik.

Berdasarkan fakultas, responden terbanyak berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 38 orang (31,7%), sedangkan berdasarkan semester mayoritas berada pada semester 5–6 sebanyak 46 orang (38,3%). Dilihat dari frekuensi penggunaan e-wallet, sebagian besar responden menggunakan e-wallet sebanyak 6–10 kali per minggu yaitu 48 orang (40,0%), diikuti oleh responden yang menggunakan e-wallet lebih dari 10 kali per minggu sebanyak 47 orang (39,2%). Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet telah menjadi bagian penting dalam aktivitas transaksi sehari-hari mahasiswa Universitas Madani Indonesia.

Tabel 2. Distribusi Intensitas Penggunaan E-Wallet pada Mahasiswa Universitas Madani Indonesia

Intensitas Penggunaan E-Wallet Frekuensi (n) Persentase (%)		
Rendah	20	16,7
Sedang	44	36,7

Intensitas Penggunaan E-Wallet Frekuensi (n) Persentase (%)		
Tinggi	56	46,6
Total	120	100

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 2 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan e-wallet dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 56 responden (46,6%). Sementara itu, sebanyak 44 responden (36,7%) memiliki intensitas penggunaan sedang dan 20 responden (16,7%) memiliki intensitas penggunaan rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa aktif menggunakan e-wallet dalam berbagai aktivitas transaksi sehari-hari, seperti pembayaran makanan, transportasi, belanja daring, dan kebutuhan akademik.

Tabel 3. Distribusi Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Universitas Madani Indonesia (n = 120)

Literasi Keuangan Frekuensi (n) Persentase (%)		
Rendah	25	20,8
Sedang	50	41,7
Tinggi	45	37,5
Total	120	100

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi keuangan kategori sedang sebanyak 50 responden (41,7%). Responden dengan literasi keuangan tinggi sebanyak 45 responden (37,5%), sedangkan kategori rendah sebanyak 25 responden (20,8%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki pemahaman dasar mengenai pengelolaan keuangan, namun masih diperlukan peningkatan kemampuan dalam perencanaan dan pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif.

Tabel 4. Distribusi Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa Universitas Madani Indonesia

Perilaku Impulsive Buying Frekuensi (n) Persentase (%)		
Rendah	28	23,3
Sedang	52	43,3
Tinggi	40	33,4
Total	120	100

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki perilaku impulsive buying kategori sedang sebanyak 52 responden (43,3%). Sebanyak 40 responden (33,4%) berada pada kategori tinggi dan 28 responden (23,3%) berada pada kategori rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki kecenderungan melakukan pembelian yang tidak direncanakan, terutama ketika terdapat promosi, diskon, atau penawaran menarik yang tersedia pada platform digital.

A. Analisis Bivariat dan Moderasi

Tabel 5. Pengaruh Intensitas Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Impulsive Buying Mahasiswa

Variabel	Koefisien (β) t hitung p-value		
Konstanta	15,214	4,321	0,000
Intensitas Penggunaan E-Wallet	0,587	6,842	0,000

Statistik Model	Nilai
R Square	0,384
Adjusted R Square	0,379
F hitung	46,812
Sig. F	0,000

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa intensitas penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa dengan nilai p-value = 0,000 ($p < 0,05$). Nilai koefisien regresi sebesar 0,587 menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa melakukan impulsive buying. Nilai R Square sebesar 0,384 menunjukkan bahwa 38,4% variasi perilaku impulsive buying dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan e-wallet, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Tabel 6. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Variabel	Koefisien (β) t hitung p-value		
Intensitas Penggunaan E-Wallet (X)	0,541	5,876	0,000
Literasi Keuangan (Z)	-0,462	-4,315	0,000
X $\times$ Z (Interaksi)	-0,284	-3,428	0,001

Statistik Model	Nilai
R Square	0,527
Adjusted R Square	0,515
F hitung	42,694
Sig. F	0,000

Sumber: Data yang Diolah, 2026.

Hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa variabel interaksi antara intensitas penggunaan e-wallet dan literasi keuangan memiliki nilai p-value = 0,001 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan terbukti memoderasi pengaruh intensitas penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa. Koefisien interaksi yang bernilai negatif ($\beta = -0,284$) mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin lemah pengaruh intensitas penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying.

Selain itu, nilai R Square meningkat dari 0,384 menjadi 0,527, yang menunjukkan bahwa setelah memasukkan variabel moderasi, model mampu menjelaskan 52,7% variasi perilaku

impulsive buying. Dengan demikian, literasi keuangan berperan sebagai moderator yang memperlemah (buffering moderator) hubungan antara intensitas penggunaan e-wallet dan perilaku impulsive buying.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *e-wallet* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa Universitas Madani Indonesia dengan nilai p-value sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *e-wallet*, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Berdasarkan hasil distribusi data, sebagian besar responden memiliki intensitas penggunaan *e-wallet* kategori tinggi (46,6%) dan perilaku *impulsive buying* kategori sedang hingga tinggi (76,7%). Kondisi ini mengindikasikan bahwa penggunaan *e-wallet* telah menjadi bagian dari aktivitas transaksi sehari-hari mahasiswa dan berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi mereka.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (2019). Teori ini menjelaskan bahwa seseorang akan lebih sering menggunakan teknologi apabila teknologi tersebut dianggap mudah digunakan dan memberikan manfaat. Kemudahan transaksi yang ditawarkan *e-wallet*, seperti pembayaran instan, penyimpanan saldo digital, integrasi dengan berbagai platform belanja daring, serta berbagai program promosi, mendorong mahasiswa untuk semakin sering melakukan transaksi. Semakin sering seseorang menggunakan teknologi pembayaran digital, semakin rendah hambatan psikologis yang dirasakan saat melakukan pembelian sehingga kecenderungan untuk berbelanja secara spontan menjadi lebih tinggi.

Temuan ini juga sejalan dengan teori Pain of Paying yang dikembangkan oleh Prelec dan Loewenstein (2018). Teori tersebut menjelaskan bahwa penggunaan alat pembayaran non-tunai dapat mengurangi sensasi kehilangan uang dibandingkan pembayaran tunai. Ketika menggunakan *e-wallet*, pengguna tidak melihat secara langsung uang yang dikeluarkan sehingga pengeluaran terasa lebih ringan. Kondisi ini menyebabkan individu lebih mudah mengambil keputusan pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Pada mahasiswa, kemudahan tersebut diperkuat oleh berbagai fitur promosi seperti cashback, diskon, voucher, dan gratis ongkir yang sering ditawarkan oleh penyedia layanan *e-wallet*.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian Rahmawati dan Pradana (2022) yang menemukan bahwa intensitas penggunaan dompet digital berpengaruh positif terhadap perilaku *impulsive buying* pada mahasiswa. Penelitian Pratiwi et al. (2023) juga menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan *e-wallet*, semakin tinggi kecenderungan konsumen melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Selain itu, penelitian Putri dan Hidayat (2024) menemukan bahwa kemudahan transaksi digital dan promosi yang tersedia pada aplikasi pembayaran elektronik menjadi faktor yang mendorong perilaku pembelian impulsif pada generasi muda. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* tidak hanya berfungsi sebagai alat pembayaran, tetapi juga memiliki dampak terhadap perilaku konsumsi pengguna.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku *impulsive buying* dengan nilai p-value sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku pembelian yang lebih rasional dibandingkan mahasiswa dengan literasi keuangan rendah. Hasil distribusi menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi keuangan kategori sedang

(41,7%), yang mengindikasikan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa masih perlu ditingkatkan agar mampu mengontrol perilaku konsumsi yang tidak terencana.

Temuan ini sesuai dengan teori literasi keuangan yang dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell (2017) yang menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami informasi keuangan dan menggunakannya dalam pengambilan keputusan ekonomi yang tepat. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu menyusun anggaran, menentukan prioritas kebutuhan, mengendalikan pengeluaran, dan mempertimbangkan konsekuensi keuangan sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih mampu menahan dorongan emosional untuk melakukan pembelian impulsif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi dan Setiawan (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku *impulsive buying* mahasiswa. Penelitian Handayani et al. (2024) juga menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik memiliki kemampuan pengendalian diri yang lebih tinggi dalam mengelola pengeluaran. Selain itu, penelitian Saputra dan Lestari (2022) menyimpulkan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi muda meskipun mereka aktif menggunakan layanan keuangan digital.

Nilai p untuk hubungan antara perilaku pembelian impulsif dan intensitas penggunaan dompet elektronik adalah 0,001 ($p < 0,05$), menunjukkan bahwa literasi keuangan memoderasi hubungan tersebut dalam uji Analisis Regresi Moderasi (MRA). Dampak intensitas penggunaan dompet elektronik terhadap perilaku pembelian impulsif diredam oleh literasi keuangan, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien interaksi negatif ($\beta = -0,284$). Artinya, mahasiswa yang melek finansial cenderung lebih jarang melakukan pembelian impulsif, terlepas dari prevalensi dompet elektronik.

Teori keuangan perilaku memberikan penjelasan untuk pengamatan ini dengan mengusulkan bahwa keterampilan kognitif seseorang dalam memahami dan mengelola keuangannya, selain aspek psikologis, memengaruhi pilihan keuangan seseorang (Thaler, 2018). Mahasiswa yang melek finansial lebih mungkin dapat memutuskan apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibelanjakan, bagaimana cara menabung, dan bagaimana membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Akibatnya, orang-orang masih mampu membatasi perilaku pembelian mereka secara rasional, meskipun dompet elektronik menyediakan banyak kemudahan dan keuntungan transaksi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan dompet elektronik yang intensif dapat menyebabkan pembelian impulsif, tetapi literasi keuangan dapat membantu mengurangi dampak ini. Pentingnya literasi keuangan dalam membentuk kebiasaan keuangan yang bertanggung jawab di era digital semakin didukung oleh temuan ini. Dengan demikian, agar siswa dapat menggunakan teknologi keuangan secara bertanggung jawab tanpa terjerumus ke dalam konsumsi berlebihan, lembaga pendidikan harus meningkatkan program literasi keuangan mereka. Selain itu, untuk mempromosikan praktik transaksi yang lebih bertanggung jawab dan ramah lingkungan, lembaga pendidikan dan penyedia layanan dompet elektronik dapat bekerja sama untuk menciptakan program pendidikan keuangan digital.

KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Universitas Madani Indonesia menemukan bahwa pengguna dompet elektronik yang intensif cenderung kurang melakukan pembelian impulsif. Mahasiswa lebih cenderung membeli barang secara spontan ketika penggunaan dompet elektronik mereka intensif. Mahasiswa yang lebih terinformasi tentang keuangan pribadi cenderung kurang membeli barang secara impulsif dan lebih mungkin untuk mengendalikan diri dalam hal pengeluaran dan tabungan mereka. Pemeriksaan terhadap hubungan antara literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif mengungkapkan bahwa literasi keuangan memoderasi intensitas penggunaan dompet elektronik secara negatif. Pengeluaran impulsif siswa kurang terpengaruh oleh intensitas penggunaan dompet elektronik mereka seiring dengan meningkatnya literasi keuangan mereka. Dengan demikian, literasi keuangan sangat penting bagi siswa untuk mengurangi dampak negatif penggunaan dompet elektronik terhadap kebiasaan belanja mereka. Oleh karena itu, untuk memengaruhi perilaku keuangan yang lebih baik dan lebih bertanggung jawab di era digital, peningkatan literasi keuangan sangatlah penting.

REFERENSI

- Aji, H. M., Berakon, I., & Husin, M. M. (2020). COVID-19 and e-wallet usage intention: A multigroup analysis between Indonesia and Malaysia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1804181. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1804181>
- Badgaiyan, A. J., Verma, A., & Dixit, S. (2016). Impulsive buying tendency: Measuring important relationships with a new perspective and an indigenous scale. *IIMB Management Review*, 28(4), 186–199. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2016.08.009>
- Dewi, N. P., & Setiawan, A. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku impulsive buying pada mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 115–124.
- Handayani, R., Putri, D. A., & Kurniawan, M. (2024). Literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Ekonomi Modern*, 12(1), 45–56.
- OECD. (2023). *OECD/INFE international survey of adult financial literacy*. OECD Publishing.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How ordinary consumers make complex economic decisions: Financial literacy and retirement readiness. *Quarterly Journal of Finance*, 7(3), 1750008. <https://doi.org/10.1142/S2010139217500082>
- Pratiwi, D. A., Rahman, F., & Utami, S. (2023). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap impulsive buying pada mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 78–89.
- Prelec, D., & Loewenstein, G. (2018). The red and the black: Mental accounting of savings and debt. Dalam *Advances in Behavioral Economics* (edisi revisi). Princeton University Press.
- Putri, N. R., & Hidayat, T. (2024). Intensitas penggunaan dompet digital dan perilaku pembelian impulsif pada generasi Z. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(1), 33–44.
- Rahmawati, S., & Pradana, A. (2022). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku impulsive buying mahasiswa. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 201–210.
- Saputra, R., & Lestari, N. (2022). Literasi keuangan sebagai faktor pengendali perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Indonesia*, 26(2), 140–150.
- Thaler, R. H. (2018). *Behavioral economics: Past, present, and future*. *American Economic Review*, 108(6), 1265–1273. <https://doi.org/10.1257/aer.108.6.1265>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>