

CONSUMER FINANCIAL BEHAVIOR: A STUDY OF THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE, FINANCIAL ATTITUDE AND SELF-CONTROL ON E-MONEY USERS

PERILAKU KEUANGAN KONSUMTIF: STUDI TENTANG PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, ATITUDE KEUANGAN DAN KONTROL DIRI PADA PENGGUNA E-MONEY

Martinus Budiantara¹, Desak Putu Putri Maharani², Ni Luh Gde Ana Pertiwi³

Program Studi Akuntansi Universitas Mercu Buana Yogyakarta^{1,2,3}

budiantara@mercubuana-yogya.ac.id¹

ABSTRACT

The rapid development of digital payment systems through the use of e-money has transformed consumer behavior, particularly among younger generations. Transaction convenience, promotions, and instant access potentially increase the tendency toward consumptive financial behavior. This study aims to examine the effects of financial literacy, lifestyle, and financial attitude on consumptive behavior, with self-control acting as a mediating variable. The population consists of accounting students in Yogyakarta who actively use e-money for transactions. The analysis method employed is Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SmartPLS). The findings reveal that lifestyle and financial literacy have a positive and significant effect on consumptive behavior. Financial literacy also significantly influences self-control, and self-control significantly affects consumptive behavior. However, financial attitude does not significantly influence either consumptive behavior or self-control. In the mediation analysis, self-control is only able to mediate the relationship between financial literacy and consumptive behavior, but it fails to mediate the effects of lifestyle and financial attitude on consumptive behavior. This study implies that improving financial literacy is essential to strengthen individual self-control in responding to the convenience of digital transactions, thereby reducing the risk of excessive consumptive behavior in the digital economy era.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Financial Attitude, Self-Control, Consumptive Behavior, E-Money.*

ABSTRAK

Perkembangan sistem pembayaran digital melalui penggunaan e-money mendorong perubahan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya pada generasi muda. Kemudahan transaksi, promosi, serta akses yang cepat berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku keuangan konsumtif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian adalah mahasiswa akuntansi di Yogyakarta yang menggunakan e-money dalam aktivitas transaksi. Metode analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (SmartPLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri, dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, attitude keuangan tidak berpengaruh signifikan baik terhadap perilaku konsumtif maupun terhadap kontrol diri. Dalam pengujian mediasi, kontrol diri hanya mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, tetapi tidak memediasi hubungan gaya hidup maupun attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam memperkuat pengendalian diri individu dalam menghadapi kemudahan transaksi digital, sehingga dapat meminimalkan risiko perilaku konsumtif di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Attitude Keuangan, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, E-Money.

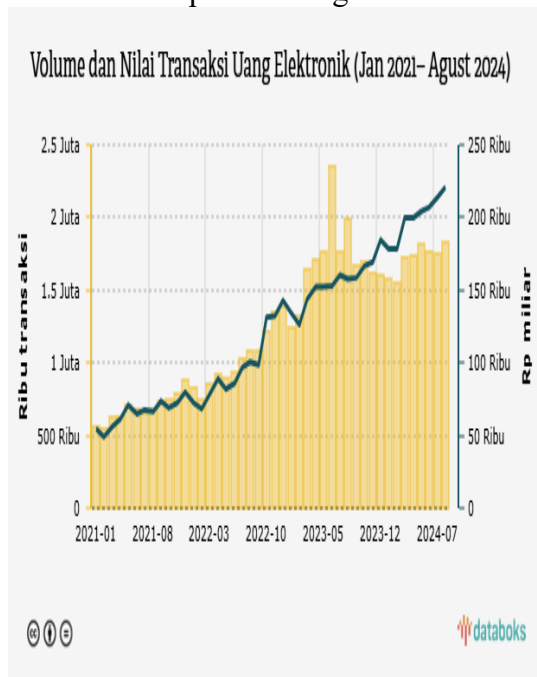
PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan e-money di Indonesia mengalami peningkatan pesat, seiring

dengan pertumbuhan ekonomi digital dan perubahan perilaku masyarakat. Berdasarkan laporan Bank Indonesia, nilai transaksi e-money terus mencatat

rekor baru, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mendorong peralihan ke pembayaran non-tunai. Namun, di balik kemudahan ini, terdapat tren peningkatan perilaku keuangan konsumtif, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi pengguna utama e-money.

Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti literasi keuangan yang masih rendah, gaya hidup konsumtif yang didorong oleh budaya media sosial, serta sikap keuangan yang cenderung permisif terhadap pembelanjaan impulsif. Selain itu, kontrol diri dalam mengelola keuangan sering kali terabaikan, sehingga pengguna e-money lebih rentan terhadap godaan diskon atau promo yang tersedia secara luas di platform digital.



Sumber: Data Bank Indonesia

Perilaku konsumtif ini tidak hanya berdampak pada keuangan pribadi, tetapi juga memengaruhi stabilitas keuangan jangka panjang, seperti kurangnya alokasi dana untuk tabungan atau investasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, attitude keuangan, dan kontrol diri berkontribusi

terhadap perilaku konsumtif pada pengguna e-money. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi bagi individu, regulator, dan pelaku industri untuk mendukung masyarakat dalam mengelola keuangan secara bijaksana di era digital.

Pentingnya penelitian ini terletak pada upaya memahami dampak penggunaan e-money terhadap perilaku keuangan konsumtif di tengah pesatnya perkembangan digitalisasi keuangan di Indonesia. Dengan meningkatnya nilai transaksi non-tunai yang didukung oleh kemajuan teknologi, muncul risiko perilaku konsumtif yang dapat berdampak negatif pada stabilitas keuangan individu, khususnya di kalangan generasi muda. Rendahnya literasi keuangan dan lemahnya kontrol diri dalam mengelola pengeluaran semakin memperburuk situasi ini, sementara gaya hidup modern yang didorong oleh media sosial turut memengaruhi perilaku impulsif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi urgensi untuk mengeksplorasi hubungan antara literasi keuangan, gaya hidup, attitude keuangan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, sekaligus memberikan kontribusi berupa rekomendasi kebijakan dan edukasi keuangan bagi masyarakat.

Salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, penganggaran, investasi, serta perencanaan keuangan untuk masa depan. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola keuangan mereka, membuat keputusan yang bijak dalam berbelanja, serta menghindari pengeluaran yang bersifat impulsif.

Menurut Fauzi et.,al (2022) literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan seseorang mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif yang berlebihan. Minimnya pengetahuan tentang manajemen keuangan membuat individu lebih rentan terhadap godaan konsumsi yang tidak terkontrol, seperti penggunaan kartu kredit tanpa perhitungan matang, pembelian barang mewah yang tidak sesuai dengan kebutuhan, serta ketergantungan pada pinjaman konsumtif. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana literasi keuangan berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif agar dapat merancang strategi yang tepat dalam meningkatkan kesadaran finansial masyarakat. Akan tetapi menurut penelitian (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018) literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku keuangan adalah gaya hidup serta attitude individu terhadap keuangan. Gaya hidup mencerminkan pola perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya, termasuk kebiasaan konsumsi dan pengeluaran yang dilakukan. Gaya hidup konsumtif cenderung mendorong individu untuk menghabiskan lebih banyak uang demi memenuhi keinginan daripada kebutuhan. Selain itu, sikap atau attitude seseorang terhadap keuangan juga berperan penting dalam menentukan bagaimana mereka mengelola penghasilan dan pengeluaran mereka. Individu dengan attitude positif terhadap pengelolaan keuangan cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan konsumsi, sementara individu dengan attitude yang kurang baik lebih rentan terhadap pembelian impulsif dan pengeluaran yang tidak terkendali.

Penelitian Prihastuty & Rahayuningsih (2018) menghasilkan bahwa attitude keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian Sitorus (2022) menemukan sikap keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Rendahny kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, dikombinasikan dengan gaya hidup konsumtif, dapat menyebabkan seseorang mudah terjerumus dalam kebiasaan belanja yang tidak terkontrol.

Selain literasi keuangan, gaya hidup dan attitude, kontrol diri juga memainkan peran krusial dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Kontrol diri mengacu pada kemampuan individu untuk menahan dorongan konsumsi yang tidak perlu dan mempertimbangkan keputusan finansial secara rasional. Kontrol diri yang kuat, seseorang dapat membuat keputusan konsumsi yang lebih bijak dan terhindar dari kebiasaan belanja yang berlebihan.

Rendahny kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, dikombinasikan dengan gaya hidup konsumtif dan kontrol diri yang lemah, dapat menyebabkan seseorang mudah terjerumus dalam kebiasaan belanja yang tidak terkontrol. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana gaya hidup, attitude, dan kontrol diri individu mempengaruhi perilaku konsumtif agar dapat merancang strategi yang tepat dalam meningkatkan kesadaran finansial masyarakat.

LANDASAN TEORI

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Teori Perilaku Akuntansi: Menurut Arens dan Loebbecke (2000), Teori Perilaku Akuntansi adalah studi tentang bagaimana individu dan organisasi berperilaku dalam pengambilan keputusan akuntansi

dan keuangan. *Behavioral Accounting* merupakan studi terhadap perilaku akuntan atau perilaku non-akuntan sebagaimana mereka dipengaruhi oleh fungsi akuntansi dan pelaporan (T. Hofstede & J.Kinard, 1970 ,p.43). Teori Perilaku Konsumen: Konsumen membuat keputusan pembelian dan penggunaan produk/jasa berdasarkan faktor internal (kebutuhan, motivasi) dan eksternal (lingkungan, budaya).

2. Teori Literasi Keuangan: Pengetahuan dan pemahaman keuangan mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan.
3. Teori Gaya Hidup: Gaya hidup individu mempengaruhi perilaku konsumsi.
4. Teori Attitude Keuangan: Sikap dan pandangan individu terhadap keuangan mempengaruhi perilaku keuangan. Teori Attitude Keuangan (Financial Attitude Theory) menjelaskan bagaimana sikap dan pandangan individu terhadap keuangan mempengaruhi perilaku keuangan mereka. Teori ini dikembangkan oleh berbagai ahli, termasuk Katz dan Stotland (1959) dan Rotter (1954).
5. Teori Kontrol Diri: adalah teori psikologi yang menjelaskan bagaimana individu mengatur dan mengendalikan perilakunya, terutama dalam menghadapi situasi yang memicu impulsif atau emosional. Teori ini dikembangkan oleh Michael Gottfredson dan Travis Hirschi (1990)

Hipotesis dalam penelitian ini:

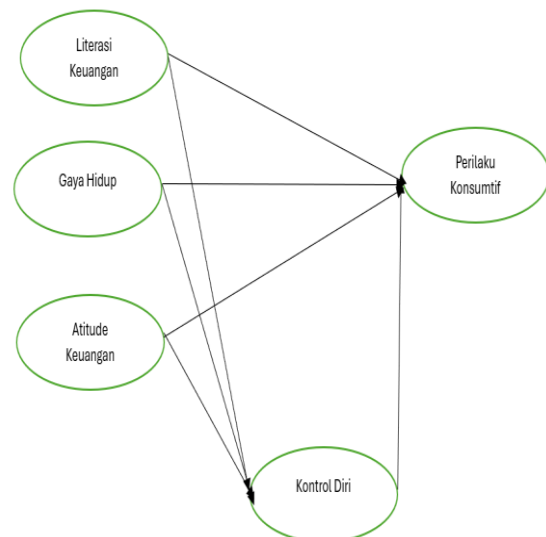
- H1: literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan konsumtif.
 H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri

- H3: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan konsumtif
 H4: Gaya hidup berpengaruh terhadap kontrol diri
 H5: Attitude keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
 H6: Attitude keuangan berpengaruh terhadap kontrol diri
 H7: Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif
 H8: Kontrol diri dapat memediasi hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif
 H9: Kontrol diri dapat memediasi hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif
 H10: Kontrol diri dapat memediasi hubungan antara attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif

METODOLOGI PENELITIAN

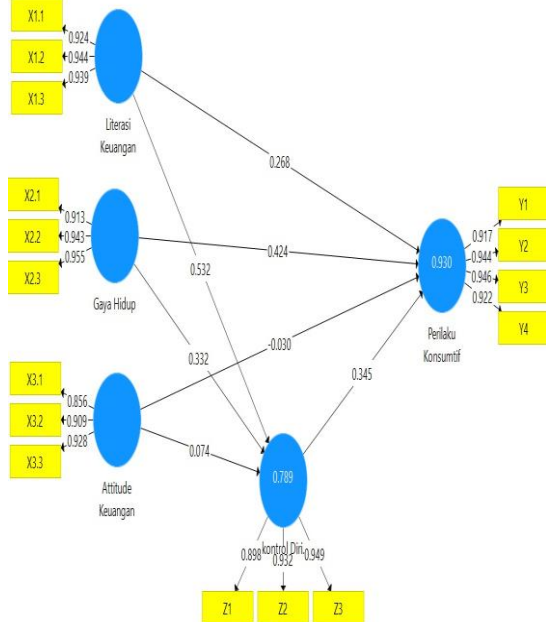
Populasi penelitian adalah mahasiswa Akuntansi pada PT X di Yogyakarta, Sampel adalah mahasiswa Akuntansi yang melakukan pembelian menggunakan e-money
 Alat analisis SmartPLS

Kerangka Penelitian



HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil dan pembahasan dari penelitian ini



Gambar output outer model untuk melihat *convergent validity* besarnya loading factor untuk masing masing konstruk. Validitas konvergen dalam model pengukuran reflektif ditentukan melalui korelasi antara skor item/skor komponen dengan skor konstruk yang dihasilkan melalui perhitungan PLS. Sebuah ukuran reflektif dianggap memiliki kualitas tinggi apabila memiliki korelasi yang lebih dari 0.70 dengan konstruk yang diukur. Namun, pada penelitian yang masih dalam tahap pengembangan skala awal, nilai loading faktor antara 0.50 hingga 0.60 sudah dianggap memadai.

Tabel Loading Factor

	Attitude Keuangan	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	kontrol Diri
X1.1			0.924		
X1.2			0.944		
X1.3			0.939		
X2.1		0.913			
X2.2		0.943			
X2.3		0.955			
X3.1	0.856				
X3.2	0.909				
X3.3	0.928				
Y1				0.917	
Y2				0.944	
Y3				0.946	
Y4				0.922	
Z1					0.898
Z2					0.932
Z3					0.949

Sumber : Data Olahan SmartPLS

Berdasarkan output yang diperoleh dari pengujian, terlihat bahwa faktor loading untuk setiap indikator dalam hubungannya dengan konstruk masing-masing menunjukkan variasi nilai yang

valid, dengan semua indikator memiliki nilai di atas 0.70.

Discriminant Validity

Selain nilai *outer loading* untuk melihat validitas dari indikator variabel

dalam model ini juga dapat dilihat dari nilai AVE dan nilai akar AVE. Nilai

AVE dan akar AVE dalam model ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel Construk Reliability dan Validity

Construct Reliability and Validity				
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Attitude Keuangan	0.880	0.894	0.926	0.806
Gaya Hidup	0.931	0.937	0.956	0.879
Literasi Keuangan	0.929	0.929	0.955	0.876
Perilaku Konsumtif	0.950	0.950	0.964	0.869
kontrol Diri	0.918	0.922	0.948	0.859

Sumber: Data olahan SmartPLS

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai AVE masing-masing konstruk mempunyai nilai lebih besar dari 0,50 sehingga dapat

diketahui bahwa semua konstruk dalam model penelitian ini sudah valid.

Untuk nilai akar AVE dari model dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel Discriminant Validity
Fornell-Larcker Criterion**

	Attitude Keuangan	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	kontrol Diri
Attitude Keuangan	0.898				
Gaya Hidup	0.744	0.938			
Literasi Keuangan	0.656	0.854	0.936		
Perilaku Konsumtif	0.693	0.922	0.909	0.932	
kontrol Diri	0.670	0.842	0.864	0.914	0.927

Sumber: Data olahan SmartPLS

Nilai AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan akar AVE kerolasinya dengan variabel lain sehingga discriminant validitynya sudah terpenuhi.

Uji Kolinieritas Model

Nilai yang digunakan untuk menganalisisnya adalah dengan melihat nilai *Variance Inflationary Factor (VIF)*

Nilai $VIF > 5,00$ ada masalah kolinieritas

Nilai $VIF \leq 5,00$ tidak ada masalah kolinieritas

Untuk hasil uji kolinieritas model dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel Nilai VIF
Outer VIF Value**

VIF

X1.1	3.265
X1.2	4.178
X1.3	3.928
X2.1	3.147
X2.2	4.261
X2.3	4.046
X3.1	2.152
X3.2	2.570
X3.3	3.175
Y1	3.999
Y2	4.354
Y3	4.744
Y4	4.463
Z1	2.733
Z2	3.688
Z3	4.579

Sumber: Data olahan SmartPLS

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF setiap indicator dalam model penelitian ini mempunyai nilai kurang dari 5, sehingga dapat diketahui bahwa dalam model ini tidak ada masalah kolinieritas.

Uji Reliability

Untuk mengetahui reliability variabel dalam penelitian ini dapat menggunakan ketentuan sebagai berikut:

- Cronbach Alpha > 0,7 berarti reliable
- rho A > 0,7 berarti reliable
- Composite Reliability > 0,6 berarti reliable

Dalam model penelitian ini nilai reliability dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Uji Struktur Model (Inner Model)

Uji R Square (R2)

Untuk menguji struktur model (inner model) dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji nilai R² (*R Square*). R² ini merupakan ukuran proporsi variasi nilai variabel yang dipengaruhi (endogen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhi (eksogen).

Kriterianya:

- Jika nilai R² lebih dari 0,75 berarti substansial (proporsinya besar/kuat)
- Jika nilai R² antara 0,25 - 0,75 berarti moderate (proporsinya sedang)

Jika nilai R² kurang dari 0,25 berarti lemah (proporsinya kecil).

Nilai R² dalam model penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel R Square

	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0.930	0.924
kontrol Diri	0.789	0.775

Sumber: Data olahan SmartPLS

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai R² untuk proporsi variasi nilai variabel endogen dalam hal ini adalah perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh variabel eksogen sebesar 0,924 atau 92,4% dan sisanya sebesar 7,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model dalam penelitian ini, dalam model ini termasuk dalam proporsi kuat. Sedangkan untuk nilai R² untuk variasi nilai variabel endogen dalam penelitian ini adalah kontrol diri yang dijelaskan oleh variabel eksogen sebesar 0,775 atau 77,5% dan sisanya sebesar 22,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model dalam penelitian ini, dan model ini termasuk dalam proporsi substansial (proporsi yang kuat).

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam model ini dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

Path Coefficienc

Untuk menguji analisis pengaruh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen.

Kriterianya:

- a. Jika nilai *coefficient* jalur (*path coefficient*) bernilai positif, artinya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah searah. Apabila variabel eksogen meningkat maka variabel endogen akan meningkat.
- b. Jika nilai *coefficient* jalur (*path coefficient*) bernilai negatif, artinya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah berlawanan arah. Apabila variabel eksogen meningkat maka variabel endogen akan menurun.
- c. Signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari 0,05 artinya pengaruhnya signifikan.
- d. Signifikansi (*p-value*) lebih besar dari 0,05 artinya pengaruhnya tidak signifikan.

**Tabel Direct effect
Path Coefficients**

Mean, STDEV, T-Values, P-Values					
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Attitude Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0.030	-0.025	0.050	0.596	0.276
Attitude Keuangan -> kontrol Diri	0.074	0.094	0.092	0.803	0.211
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0.424	0.411	0.120	3.533	0.000
Gaya Hidup -> kontrol Diri	0.332	0.271	0.254	1.310	0.095
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.268	0.278	0.132	2.033	0.021
Literasi Keuangan -> kontrol Diri	0.532	0.578	0.197	2.701	0.004
kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	0.345	0.343	0.108	3.197	0.001

Sumber: Data olahan SmartPLS

Berdasarkan tabel *direct effect* dapat diketahui bahwa :

Attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,276 lebih besar dari 0,05 artinya H1 tidak terbukti.

Attitude keuangan terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,211 lebih besar dari 0,05 artinya H2 tidak terbukti

Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya H3 terbukti.

Gaya hidup terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,095 lebih besar dari 0,05 artinya H4 tidak terbukti

Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05 artinya H5 terbukti

Literasi keuangan terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 artinya H6 terbukti

Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 artinya H7 terbukti

Tabel. INDIRECT EFFECT

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Attitude Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.026	0.030	0.032	0.801	0.212
Attitude Keuangan -> kontrol Diri					
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0.115	0.102	0.097	1.183	0.119
Gaya Hidup -> kontrol Diri					
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.184	0.193	0.075	2.454	0.007
Literasi Keuangan -> kontrol Diri					
kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif					

Sumber: Data olahan SmartPLS

Dari tabel *Indirect Effect* dapat diketahui bahwa pengaruh attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri memiliki *p-value* sebesar 0,212 yang artinya di atas 0,05 atau di atas 5%. Artinya H8 tidak terbukti.

Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri memiliki *p-value* sebesar 0,119 yang artinya di atas 0,05 atau di atas tingkat signifikansi yaitu 5%, artinya H9 tidak terbukti.

Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri memiliki *p-value* sebesar 0,007 atau di bawah 0,05, artinya H10 terbukti

PEMBAHASAN

Hasil Uji Pengaruh Langsung:

1. Attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,276 lebih besar dari 0,05. Artinya attitude keuangan secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini Sitorus *et al.*,(2022)
2. Attitude keuangan terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,211 lebih besar dari 0,05. Artinya bahwa attitude keuangan secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap kontrol diri. Hasil ini sejalan dengan penelitian Setiawan (2021).
3. Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa gaya hidup secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sitorus (2022).
4. Gaya hidup terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,095 lebih besar dari

0,05. Artinya bahwa gaya hidup secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap kontrol diri.

5. Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa literasi keuangan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Fauzi *et al.*, (2022)
6. Literasi keuangan terhadap kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa literasi keuangan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri.
7. Kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Artinya bahwa kontrol diri secara langsung berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Tidak Langsung

1. Attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,212 lebih besar dari 0,05 artinya kontrol diri tidak dapat memediasi hubungan antara attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif.
2. Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,119 lebih besar dari 0,05 artinya kontrol diri tidak dapat memediasi hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
3. Literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui kontrol diri mempunyai nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05 artinya kontrol diri dapat memediasi hubungan antara literasi

keuangan terhadap perilaku konsumtif

kampanye pengelolaan keuangan yang lebih efektif.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi pada pengguna e-money. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis SmartPLS, diperoleh beberapa temuan penting. Gaya hidup terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif serta terhadap kontrol diri. Selanjutnya, kontrol diri terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sebaliknya, attitude keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan baik terhadap perilaku konsumtif maupun terhadap kontrol diri. Pada pengujian efek mediasi, kontrol diri hanya mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, namun tidak berhasil memediasi hubungan gaya hidup maupun attitude keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan menjadi faktor strategis dalam membangun kemampuan individu untuk mengendalikan diri dalam melakukan konsumsi di era transaksi digital. Kemudahan penggunaan e-money perlu diimbangi dengan edukasi keuangan agar masyarakat tidak terjebak pada pola pengeluaran impulsif yang berlebihan. Perguruan tinggi, regulator, serta penyedia layanan keuangan digital dapat memanfaatkan temuan ini sebagai dasar dalam merancang program literasi dan

DAFTAR PUSTAKA

- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352–356. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. *Prosiding Manajemen*, 5, No. 1, 79–84.
- Fauzi (2022), Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile, *Jurnal Kajian Ilmiah*, Vol. 22 No. 2 (Mei 2022), Halaman: 129 – 142
- Fauziah, N., & Nurhasanah, N. (2020). The Effect of The Perception of Electronic Money on Consumptive Behavior of STEI SEBI Students. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 63–84. <https://doi.org/10.46899/jeps.v8i1.176>
- Fitriani, D (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Milenial di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 32-59.
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior,

- Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya, 03(02), 121–134
- Priscilla Irene Sudiro & Nadia Asandimitra. Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial
- Sitorus (2022), Analisis Determinan Perilaku Konsumtif Keluarga Muslim Kota Tanjungbalai dengan Pendapatan Sebagai Variabel Intervening, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 8(03), 2022, hal 3728-3736
- Sutriati, et. al.,(2018) Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Riau, dalam JOM FKIP Volume 5 Edisi 1 Januari-Juni 2018.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>