

DIGITAL PAYMENTS: DITINJAU DARI LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KONSUMTIF

Nurma Hayani Syabirin^{1*}, Gita Suliska¹, Laula Dwi Marthika¹

¹Progam Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo
Jl. Diponegoro No 27, Kel Cadika, Kec Rimbo, Bungo, Jambi, 37215. Indoensia

*Alamat email penulis koresponden: nurmahayani.uc@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi keuangan telah mendorong peningkatan signifikan penggunaan digital payment di Indonesia. Fenomena ini tidak hanya memberikan kemudahan bertransaksi, tetapi juga memunculkan perilaku konsumtif akibat kemudahan akses dan promosi yang menarik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap penggunaan digital payment pada masyarakat. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan penyebaran kuesioner kepada 55 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment, sedangkan perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment dengan kontribusi sebesar 49,2%. Pembahasan utama mengungkap bahwa perilaku konsumtif merupakan faktor dominan yang mendorong penggunaan digital payment, sementara literasi keuangan berperan sebagai pengendali perilaku keuangan digital. Implikasi penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan dan edukasi perilaku konsumtif agar masyarakat dapat menggunakan digital payment secara bijak, aman, dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Digital Payment.

Abstract

The rapid growth of financial technology has significantly increased the use of digital payments in Indonesia. This phenomenon not only provides transaction convenience but also triggers consumptive behavior due to easy access and attractive promotional offers. This study aims to analyze the effect of financial literacy and consumptive behavior on the use of digital payments among the public. The research employed a quantitative approach using a purposive sampling technique, with data collected from 55 respondents through questionnaires. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results indicate that financial literacy has no significant effect on digital payment usage, while consumptive behavior shows a positive and significant influence. Simultaneously, both variables have a significant joint effect, contributing 49.2% to digital payment usage. The main discussion highlights that consumptive behavior is the dominant factor influencing digital payment adoption, whereas financial literacy serves as a control mechanism for responsible digital financial behavior. The findings imply the importance of improving financial literacy and consumer education to encourage wise, secure, and sustainable digital payment practices in the digital economy era.

Keywords: Financial Literacy, Consumptive Behavior, Digital Payment.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan digital payment di dunia dan Indonesia berlangsung sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Di berbagai negara, termasuk Indonesia, penggunaan metode pembayaran digital seperti e-wallet, mobile banking, dan aplikasi pembayaran lainnya meningkat signifikan. Faktor utama pendorongnya adalah kemudahan akses teknologi, meningkatnya penetrasi smartphone, dan kebijakan pemerintah yang mendukung transaksi non-tunai sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital (Hendrawan, 2023). Pandemi COVID-19 juga mempercepat transformasi digital dalam bertransaksi, karena masyarakat lebih memilih pembayaran tanpa kontak fisik untuk mencegah penyebaran virus (Swastika, 2024). Di Indonesia, digital payment telah memberikan kontribusi besar dalam inklusi keuangan dan pengembangan UMKM melalui transaksi online yang lebih praktis dan efisien (Kasri, 2022). Namun, meskipun pertumbuhannya cepat, tantangan seperti pemerataan akses dan literasi digital masih menjadi perhatian untuk memastikan manfaat digital payment dinikmati secara luas.

Fenomena negatif terkait digital payment mulai muncul seiring dengan peningkatan penggunaannya. Penelitian menunjukkan bahwa digital payment dapat memicu perilaku konsumtif berlebih karena kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi tanpa keterlibatan fisik uang tunai, sehingga konsumen menjadi kurang sadar dalam mengontrol pengeluaran (Ardiansyah, 2023). Risiko keamanan juga menjadi masalah penting, termasuk potensi penipuan dan pencurian data pribadi yang dapat merugikan pengguna (Bachri & Ekaputra, 2024). Selain itu, adanya ketergantungan pada teknologi dan layanan digital meningkatkan kemungkinan masalah akses pada wilayah dengan infrastruktur internet yang belum memadai (Swastika, 2024). Oleh karena itu, muncul kekhawatiran dampak sosial-ekonomi jangka panjang akibat perilaku buruk yang dimunculkan oleh sistem pembayaran digital yang belum disertai pemahaman memadai.

Untuk menghindari dampak negatif dari digital payment, strategi yang penting adalah meningkatkan literasi keuangan dan memperbaiki perilaku konsumtif pengguna digital payment. Literasi keuangan berperan sebagai bekal agar individu dapat memahami konsekuensi penggunaan teknologi keuangan dan mengelola keuangan secara lebih bijak (Fauzi & Utami, 2023; Ramayanti, 2024; Soebagio et al., 2023). Sebagai contoh, peningkatan kemampuan pengendalian diri (self-control) dan pemahaman manajemen keuangan dapat mengurangi kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital (Wijaya et al., 2023). Literasi keuangan yang baik juga membantu pengguna menyadari risiko keamanan dan pentingnya menjaga data pribadi serta memperhatikan aspek keamanan transaksi (Kim & Lee, 2024). Dengan demikian, pengembangan edukasi keuangan dan perilaku konsumtif yang sehat merupakan langkah strategis dalam memaksimalkan manfaat digital payment sekaligus mengurangi risikonya.

Literasi keuangan memiliki hubungan yang signifikan dengan adopsi dan penggunaan digital payment. Studi oleh Ramayanti (2024) dan Fauzi & Utami (2023) menjelaskan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih percaya diri dan mampu menggunakan digital payment dengan bijaksana. Literasi keuangan memfasilitasi pemahaman tentang fitur dan risiko transaksi digital sehingga mengurangi potensi penyalahgunaan produk keuangan digital tersebut. Selain itu, literasi keuangan juga berperan dalam meningkatkan pengendalian diri terhadap godaan konsumtif akibat kemudahan penggunaan digital payment (Wijaya et al., 2023). Oleh karena itu, literasi keuangan merupakan fondasi utama untuk memastikan penggunaan digital payment yang optimal dan aman bagi masyarakat.

Perilaku konsumtif berperan penting dalam cara masyarakat menggunakan digital payment. Penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah (2023) dan Swastika (2024) menemukan bahwa penggunaan digital payment yang mudah dan cepat bisa meningkatkan kecenderungan konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian Ramayanti (2024) juga mengungkapkan bahwa kemudahan bertransaksi memicu frekuensi pembelian meningkat tanpa kontrol yang memadai. Sementara itu, penerapan konsep pengendalian diri atau self-control dalam konteks perilaku konsumtif terbukti mampu meredam dampak negatif digital payment pada perilaku pembelanjaan (Wijaya et al., 2023). Oleh karenanya, pemahaman perilaku konsumtif dan penerapan pengendalian diri menjadi aspek krusial dalam memanfaatkan digital payment secara bertanggung jawab.

Pentingnya penelitian terkait literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada digital payment adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efek positif dan negatif dari perkembangan teknologi finansial ini. Studi ini dapat menjadi dasar untuk merancang kebijakan dan program edukasi yang tepat guna dalam mendukung inklusi keuangan sekaligus mencegah perilaku konsumtif berlebihan di era digital (Hendrawan, 2023; Ramayanti, 2024). Selanjutnya, hasil penelitian dapat digunakan sebagai acuan bagi pemerintah, lembaga keuangan, dan penyedia layanan digital payment dalam meningkatkan keamanan dan kualitas layanan. Dengan penelitian yang kuat, manfaat digital payment akan lebih optimal dan risiko sosial ekonomi yang muncul dapat diminimalisir.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui survei kuesioner dengan teknik purposive sampling. Variabel yang diteliti mencakup literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan penggunaan digital payments. Data dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Untuk menguji hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif dalam konteks penggunaan digital payments, penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Model persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + e$$

Dimana:

Y = Perilaku konsumtif (variabel dependen)

X1= Literasi keuangan (variabel independen utama)

X2 = penggunaan digital payments (variabel kontrol)

β_0 = Intercept

β_1, β_2 = Koefisien regresi

e = Error term

Model ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan perilaku konsumtif terhadap digital payment. Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi terbaru. Tahapan analisis meliputi:

- 1) Uji validitas dan reliabilitas
- 2) Uji asumsi klasik untuk memastikan data memenuhi syarat analisis regresi.
- 3) Analisis regresi linier berganda
- 4) Uji signifikansi (t-test dan F-test) dan Koefisien determinasi (R^2)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. HASIL

1) Uji validitas dan reliabilitas.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas
Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	47.1818	288.929	.780	.752
Y2	47.6000	286.133	.798	.851
Y3	47.1818	291.226	.767	.651
Y4	47.2909	290.877	.793	.851
Y5	47.1455	288.497	.778	.851
X1.1	46.8545	297.941	.685	.953
X1.2	47.2727	296.054	.749	.852
X1.3	46.9818	301.352	.617	.754
X1.4	46.8909	296.395	.667	.754
X1.5	46.9636	297.776	.674	.853
X2.1	47.8364	287.362	.798	.851
X2.2	48.0182	290.166	.798	.751
X2.3	47.7455	291.119	.784	.851
X2.4	47.8000	290.459	.721	.752
X2.5	47.9273	290.328	.791	.851

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

**Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.985	15

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan Tabel 1 nilai Corrected Item-Total Correlation tidak ada dibawah nilai R_{tabel} 0,306. Hal ini menandakan bahwa setiap butir pertanyaan mampu mengukur konstruk variabel secara tepat, sehingga instrumen dinyatakan valid. Tabel 2 (Hasil Uji Reliabilitas), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,985, jauh di atas batas minimal 0,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki dengan reliabilitas tinggi. Dengan kata lain instrument penelitian ini valid dan reliabel (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2021; Sarwono, 2019;).

2) Uji asumsi klasik.

**Tabel 3. Hasil Uji Kolmogorov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.39636883
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.068
Test Statistic		.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

**Tabel 4. Hasil Uji Multikoloniaritas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	LITERASI KEUANGAN	.747	1.339
	PRILAKU KONSUMTIF	.747	1.339

a. Dependent Variable: DIGITAL PAYMENT

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

**Tabel 5. Hasil Uji Heterokedasitas
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.778	1.081		7.194	.000
	LITERASI KEUANGAN	.091	.061	.172	1.500	.140
	PRILAKU KONSUMTIF	-.084	.057	-.172	-1.253	.166

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan Tabel 3 (Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov), diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,101 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Sedangkan Tabel 4 (Uji Multikoloniaritas), diperoleh nilai *Tolerance* sebesar 0,747 dan *VIF* sebesar 1,339 untuk variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif yang artinya data terbebas dari masalah Multikoloniaritas. Serta, Tabel 5 (Uji Heterokedastisitas), diperoleh nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar 0,140 dan perilaku

konsumtif sebesar 0,166, keduanya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heterokedastisitas. Maka data tersebut tidak ada masalah asumsi klasik dan bisa dilanjutkan untuk dilakukan analisis regresi linear berganda (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2021; Sarwono, 2019;).

3) Analisis regresi linier berganda.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji-t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.064	2.241		2.259	.028
LITERASI KEUANGAN	.172	.126	.157	1.369	.177
PRILAKU KONSUMTIF	.628	.118	.610	5.331	.000

a. Dependent Variable: DIGITAL PAYMENT

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel diatas maka didapat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5,064 + 0,172.X_1 + 0,628 X_2 + e$$

4) Uji F-Test, Uji t-test dan Koefesien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji F ANOVA^A

MODEL	SUM OF SQUARES	DF	MEAN SQUARE	F	SIG.
1 REGRESSION	1524.859	2	762.429	25.212	.000 ^B
RESIDUAL	1572.523	52	30.241		
TOTAL	3097.382	54			

A. DEPENDENT VARIABLE: DIGITAL PAYMENT

B. PREDICTORS: (CONSTANT), PRILAKU KONSUMTIF, LITERASI KEUANGAN

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

Tabel 8. Hasil Uji Koefesien Determinasi

MODEL SUMMARY

MODEL	R	R SQUARE	ADJUSTED R SQUARE	STD. ERROR OF THE ESTIMATE
1	.702 ^A	.492	.473	5.49917

A. PREDICTORS: (CONSTANT), PRILAKU KONSUMTIF, LITERASI KEUANGAN

Sumber : Pengolaahan 2025 (SPSS Versi 25)

Berdasarkan tabel 6, tabel 7 dan tabel 8, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Tabel 6 (Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t) menunjukkan bahwa koefisien regresi literasi keuangan sebesar 0,172 dengan nilai signifikansi 0,177 ($>0,05$) mengindikasikan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan digital payment. Sebaliknya, perilaku konsumtif memiliki koefisien regresi sebesar 0,628 dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), yang menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan digital payment. (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2021; Sarwono, 2019;).
2. Tabel 7 (Uji F atau Uji Simultan), nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment. Tabel 8 (Uji Koefisien Determinasi/ R^2), nilai R Square sebesar 0,492 menunjukkan bahwa 49,2% variasi pada penggunaan digital payment dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Sementara sisanya sebesar 50,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti kemudahan teknologi, promosi digital, atau faktor sosial ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan penting, perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap penggunaan (Ghozali, 2018; Sugiyono, 2021; Sarwono, 2019;)

3.2. PEMBAHASAN

3.2.1 Literasi Keuangan terhadap Digital Payment

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment. Wahyuni (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan meskipun meningkat tidak selalu menyebabkan peningkatan penggunaan digital payment, karena faktor disiplin dan perilaku konsumtif juga sangat berperan dalam penggunaan teknologi pembayaran digital. Karim (2025) menguatkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang beragam, hal tersebut tidak langsung memengaruhi penggunaan digital payment secara signifikan, terutama karena kemudahan akses dan kebiasaan lebih mendominasi keputusan. Selain itu, Praptitorini et al. (2025) menemukan bahwa literasi keuangan secara parsial belum tentu menjadi penentu utama dalam penggunaan digital payment, karena faktor lain seperti pendapatan dan preferensi gaya hidup sering kali lebih berpengaruh.

Penelitian oleh Palimbong et al. (2023) mengindikasikan bahwa dalam konteks penggunaan digital payment, literasi keuangan saja tidak cukup mendorong penggunaan teknologi pembayaran digital secara signifikan tanpa adanya dukungan literasi digital dan faktor perilaku lainnya. Hal ini membuktikan bahwa pengaruh literasi keuangan perlu dilihat dalam konteks yang lebih luas, termasuk literasi digital dan perilaku pengguna. Dengan demikian, literasi keuangan meskipun penting, tidak selalu berdampak langsung pada peningkatan penggunaan digital payment jika tidak didukung oleh faktor-faktor lain yang juga menentukan perilaku konsumen digital.

3.2.2 Perilaku Konsumtif terhadap Digital Payment

Berdasarkan berbagai penelitian, perilaku konsumtif secara signifikan mempengaruhi penggunaan digital payment, di mana semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif seseorang, cenderung semakin sering mereka menggunakan digital payment. Penelitian oleh Riska (2022) menegaskan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh positif sebesar 34.6% terhadap penggunaan digital payment, dan hal ini didukung oleh studi lain yang menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi digital payment memfasilitasi perilaku konsumtif, terutama dalam gaya hidup konsumtif masyarakat modern. Andriani (2023) dan Darmawan (2024) juga menegaskan hubungan positif dan signifikan antara perilaku konsumtif dan frekuensi penggunaan digital payment, karena kemudahan akses dan insentif yang disediakan digital payment mendorong impuls belanja yang tinggi.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif bukan hanya akibat dari penggunaan digital payment, tetapi juga menjadi faktor utama yang mendorong tingginya frekuensi penggunaan digital payment. Kemudahan bertransaksi, konsumsi impulsif, serta motif penghematan melalui diskon dan voucher memperkuat hubungan ini, sehingga perilaku konsumtif lebih dominan sebagai pendorong utama penggunaan digital payment di berbagai kalangan masyarakat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif secara langsung berpengaruh positif terhadap penggunaan digital payment dalam konteks gaya hidup digital dan konsumsi modern.

3.2.3 Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif terhadap Digital Payment

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment. Individu dengan tingkat literasi keuangan tinggi cenderung lebih bijak dalam mengelola transaksi digital, memahami risiko, serta mampu menahan dorongan konsumtif saat bertransaksi menggunakan e-wallet. Literasi keuangan berperan sebagai pengendali dalam perilaku keuangan digital, karena semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap pengelolaan uang, semakin rendah kecenderungannya untuk menggunakan pembayaran digital secara impulsif hanya karena promosi atau kemudahan akses (Putra & Sari, 2024; Ali et al., 2021).

Sementara itu, perilaku konsumtif memiliki hubungan positif terhadap frekuensi penggunaan digital payment, namun efek negatifnya dapat ditekan oleh tingkat literasi keuangan yang baik. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kedua variabel ini—literasi keuangan dan perilaku konsumtif—secara bersama-sama memberikan kontribusi nyata terhadap intensitas penggunaan layanan non-tunai di kalangan generasi muda. Hasil uji simultan dari beberapa studi memperlihatkan nilai signifikansi di bawah 0,05, yang berarti ada pengaruh bersama yang kuat antara keduanya terhadap keputusan penggunaan digital payment (Sulastri & Widodo, 2022; Lestari & Nugraha, 2022; Rahman et al., 2023). Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan menjadi langkah strategis untuk menciptakan perilaku digital payment yang cerdas, aman, dan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

4.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh beberapa poin penting sebagai berikut:

- 1) Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memahami konsep keuangan, pengetahuan tersebut tidak selalu berpengaruh langsung terhadap keputusan menggunakan metode pembayaran digital.
- 2) Perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan digital payment. Semakin tinggi tingkat konsumtif seseorang, semakin besar pula intensitasnya dalam menggunakan layanan digital payment.
- 3) Secara simultan, literasi keuangan dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital payment.
- 4) Hasil penelitian menegaskan bahwa perilaku konsumtif lebih dominan dibandingkan literasi keuangan dalam memengaruhi penggunaan digital payment di kalangan masyarakat, terutama generasi muda.

4.2 Saran

Penelitian ini menyarankan agar masyarakat meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap literasi keuangan, khususnya dalam mengelola penggunaan digital payment agar tidak menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan. Pemerintah, lembaga keuangan, dan penyedia layanan digital payment juga perlu berkolaborasi dalam menyediakan program edukasi keuangan yang terintegrasi dengan literasi digital serta fitur pengendalian pengeluaran agar pengguna dapat bertransaksi secara lebih bijak, aman, dan efisien di era keuangan digital.

4.3 Implikasi

Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap penggunaan digital payment dibandingkan literasi keuangan, sehingga peningkatan literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi pembuat kebijakan dan pelaku industri untuk merancang strategi edukatif dan regulatif yang menyeimbangkan kemajuan teknologi finansial dengan perilaku keuangan yang sehat, serta mendorong terciptanya inklusi keuangan yang berkelanjutan di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, F. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 210-225.
- Bachri, M. H., & Ekaputra, I. A. (2024). The Impact of Digital Payment on Banking Stability. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(9), 8418–8429. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i9.30329>
- Fauzi, I., & Utami, S. N. (2023). Financial Literacy and Digital Payment Adoption: A Path Analysis. *International Journal of Economics Development Research*, 6(2), 1017–1028. <https://doi.org/10.37385/ijedr.v6i2.7329>
- Hendrawan, M. R. N. A. (2023). Development of Digital Payment Systems in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(3), 1335–1344.
- Kasri, R. A. (2022). Digital Payment and Banking Stability in Emerging Economy: Evidence from Indonesia. *Journal of Financial Studies*, 9(1), 55–70.
- Kim, H., & Lee, J. (2024). Security Awareness and Financial Technology Adoption: The Role of Financial Literacy. *Journal of Financial Services Research*, 36(1), 45–58.
- Ramayanti, R. (2024). Exploring Intention and Actual Use in Digital Payments. *Journal of Digital Economy*, 12(1), 1–15.
- Soebagio, H., Santoso, P., & Wicaksono, A. (2023). Enhancing Financial Literacy for Digital Economies. *Journal of Economic Education*, 22(3), 144–162.
- Swastika, Y. (2024). Factors Affecting the Use of Digital Payments in Indonesia. *Ecotechnopreneur*, 3(3), 162-178.
- Wijaya, D., Putri, L. R., & Santoso, E. (2023). The Role of Self-Control in Consumer Behavior toward Digital Financial Services. *Journal of Behavioral Finance*, 15(2), 75–89.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono, J. (2019). *Statistik untuk Penelitian dengan SPSS 25*. Jakarta: Andi.
- Karim, L. M. (2025). Pengaruh digital payment, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (Tesis).

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
https://repository.uinsaizu.ac.id/20756/1/LIANA%20MUTIARA%20KARIM_PENGARUH%20DIGITAL%20PAYMENT,%20GAYA%20HIDUP%20DAN%20LITERASI%20KEUANGAN%20TERHADAP%20PERILAKU%20KONSUMTIF%20MAHASISWA%20UIN%20PROF.K.H.%20SAIFUDDIN%20ZUHRI%20PURWOKERTO.pdf

- Praptitorini, D., et al. (2025). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan digital payment, dan pendapatan terhadap inklusi keuangan di DKI Jakarta. *KEAT*, 2(2), 170-182. <https://ejournal.arei.or.id/index.php/KEAT/article/download/1163/1365/5790>
- Wahyuni, E. (2025). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Mataram. *Jurnal Aplikasi Perpajakan*, 6(1), 395-407. <https://jap.unram.ac.id/index.php/jap/article/view/141>
- Palimbong, S. M., et al. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 4(2), 112-125. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/64128>
- Putra, R., & Sari, D. (2024). Financial Literacy, Consumptive Behavior, and Digital Payment Usage among Millennials. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 16(2), 88–102.
- Rahman, H., Yusuf, M., & Ahmad, L. (2023). Digital Financial Behavior in the Era of Fintech. *Journal of Finance & Digital Economy*, 11(4), 221–237.
- Sulastri, A., & Widodo, T. (2022). Financial Literacy and Consumptive Lifestyle on Cashless Payment. *Asian Journal of Accounting Research*, 7(1), 15–29.
- Lestari, N., & Nugraha, F. (2022). Millennials' Consumptive Behavior in Using E-Wallets. *Journal of Behavioral Economics*, 8(3), 64–78.
- Ali, M., Rahim, S., & Noor, H. (2021). Impact of Financial Literacy on Digital Payment Adoption. *Procedia Economics and Finance*, 45, 56–63.