

**PERAN *DIGITAL PAYMENT* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR*
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)**

SKRIPSI



Oleh:

M. KHANIF MUSTAFID

NIM: 220501110227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

**PERAN *DIGITAL PAYMENT* DAN *FINANCIAL LITERACY*
TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR*
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Oleh:

M. KHANIF MUSTAFID

NIM: 220501110227

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

PERAN DIGITAL PAYMENT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh
M. Khanif Mustafid
NIM : 220501110227

Telah Disetujui Pada Tanggal 18 Desember 2025
Dosen Pembimbing,



Mega Noerman Ningtyas, M.Sc
NIP. 199109272019032023

LEMBAR PENGESAHAN

PERAN DIGITAL PAYMENT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)

SKRIPSI

Oleh

M. KHANIF MUSTAFID

NIM : 220501110227

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 23 Desember 2025

Susunan Dewan Pengaji:

Tanda Tangan

1 Ketua Pengaji

Dr. Muhammad Nanang Choiruddin, SE., M.M



NIP. 198508202023211019

2 Anggota Pengaji

Fitriyah, MM



NIP. 197609242008012012

3 Sekretaris Pengaji

Mega Noerman Ningtyas, M.Sc



NIP. 199109272019032023

Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, M.M

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Khanif Mustafid
NIM : 220501110227
Fakultas/Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

PERAN DIGITAL PAYMENT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI MODERASI (STUDI PADA MAHASISWA KOTA MALANG) adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 17 Desember 2025
Hormat saya,



M. Khanif Mustafid
NIM : 220501110227

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur saya ucapkan kepada Allah SWT dan Nabi Agung Muhammad SWA yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kesabaran sehingga mampu menyelesaikan hingga akhir tugas ini

Karya ini saya persembahkan kepada:

Keluarga saya yang telah mendidik dan memberikan dukungan baik moral maupun material. Saya ucapkan terimakasih karena telah memberikan yang terbaik untuk saya sehingga bisa sampai di titik ini.

Seluruh dosen Prodi Manajemen, khususnya Ibu Mega Noerman Ningtyas S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal hingga berakhirnya penulisan ini.

HALAMAN MOTTO

“ Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang bisa bermanfaat bagi manusia lainnya”

~Ahmad, Ath-Tabrani, Ad-Daruquti~

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan judul “Peran *Digital Payment* dan *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang).”

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia dari kegelapan menuju cahaya kebaikan Islam-semoga senantiasa dilimpahkan salam dan shalawat. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan penuh rasa hormat dan terima kasih:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag., M.Si. sebagai Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Setiani, M.M. sebagai Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dosen pembimbing skripsi Ibu Mega Noerman Ningtyas S.E., M.Sc yang telah banyak membantu memberikan masukan, serta arahan selama penyusunan skripsi dan kesabarannya dalam memberikan bimbingan kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Kepada keluarga penulis Bapak Solikhudin, Ibu Masfiyah, serta Khazim Mu hakam. Di setiap halaman skripsi ini terselip ribuan ungkapan terimakasih yang mungkin tidak bisa selalu terucap, tetapi begitu peneliti rasakan. Terimakasih sudah memberikan yang terbaik, karya sederhana ini penulis persembahkan sebagai bentuk rasa hormat dan ungkapan terimakasih atas semuanya yang dicurahkan segenap hati tanpa henti.
7. Untuk teman-teman Manajemen 2022 dan semua yang sudah membantu penulis baik yang terlihat maupun tak terlihat, terimakasih sudah memberikan warna yang berbeda-beda disetiap perjalanan peneliti.
8. Dan yang terakhir, penulis sangat ingin mengucapkan terimakasih kepada satu sosok yang diam-diam tanpa henti berjuang, seorang anak bungsu dengan semua impiannya. Terimakasih kepada diri saya sendiri, M. Khanif Mustafid sudah bertahan sejauh ini berjalan melewati segala tantangan yang semestinya terjadi. Perjalanan ini bukan sekedar proses akademik, tetapi juga perjalanan batin yang penuh tantangan, tekanan, rasa kecewa hingga keinginan untuk menyerah. Namun, ditengah keterbatasan tetap selalu berusaha untuk mencari jalan keluarnya, terimakasih karena telah memilih terus bertahan meskipun rasa itu enggan.

Penulis menyadari bahwa perjalanan intelektual ini masih panjang, dan karya ini hanya langkah kecil dalam proses tersebut. Semoga tulisan ini dapat memberikan inspirasi bagi banyak orang untuk terus berkarya, berkembang, dan berinovasi tanpa henti.

Malang, 17 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMPAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	5
DAFTAR LAMPIRAN	2
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
ملخص.....	5
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	16
1.5 Batasan Penelitian	16
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kajian Teoritis.....	30
2.2.1 Theory of Planned Behavior	30
2.2.2 Financial Management Behavior.....	33
2.2.3 Financial Literacy.....	36

2.2.4	<i>Digital Payment</i>	40
2.2.5	Perilaku Konsumtif	43
2.3	Kerangka Konseptual	46
2.4	Hipotesis	48
2.4.1	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	48
2.4.2	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	49
2.4.3	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Moderasi	50
2.4.4	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Moderasi	51
BAB III	53
METODE PENELITIAN	53
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	53
3.2	Lokasi Penelitian	53
3.3	Populasi dan Sampel	54
3.3.1	Populasi.....	54
3.3.2	Sampel.....	55
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	58
3.5	Data dan Jenis Data	58
3.6	Teknik Pengumpulan Data	59
3.7	Definisi Operasional Variabel	60
3.7.1	Variabel Penelitian	60
3.7.2	Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian.....	60
3.8	Teknik Analisis Data	63
BAB IV	66
PEMBAHASAN	66
4.1	Paparan Data Hasil Penelitian	66
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	66
4.1.2	Gambaran Karakteristik Responden	67
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.2.1	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Digital Payment</i>	70

4.2.2	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Literacy</i>	72
4.2.3	Distribusi frekuensi Variabel <i>Financial Management Behavior</i>	73
4.2.4	Distribusi frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif.....	75
4.3	Hasil Analisis Data Dengan Smartpls	77
4.3.1	Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	77
4.3.2	Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	91
4.3.3	Uji Hipotesis	95
4.4	Pengujian Hipotesis	97
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.5.1	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	99
4.5.2	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	104
4.5.3	Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	108
4.5.4	Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	112
BAB V	117
PENUTUP	117
5.1	Kesimpulan	117
5.2	Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1 Data Sampel Penelitian	57
Tabel 3. 2 Skala Alat Ukur.....	59
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Asal Instansi	68
Tabel 4. 3 Karakter Responden Pengalaman Penggunaan Dompet Digital	69
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Mengenai Variabel Digital Payment	70
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Mengenai Variabel Financial Literacy	72
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai Variabel Financial Managemnt Behavior.....	73
Tabel 4. 7Jawaban Responden Mengenai Variabel Perilaku Konsumtif.....	75
Tabel 4. 8 Outer Loading	78
Tabel 4. 9 Outer Loading (sesudah dieliminasi)	79
Tabel 4. 10 <i>Fornell-Lacker Criterion Digital Payment</i>	81
Tabel 4. 11 <i>Fornell-Lacker Criterion Financial Literacy</i>	82
Tabel 4. 12 <i>Fornell-Lacker Criterion Perilaku Konsumtif</i>	82
Tabel 4. 13 <i>Fornell-Lacker Criterion Financial Management Behavior</i>	83
Tabel 4. 14 Cross Loading Digital Payment	84
Tabel 4. 15 Cross Loading Financial Literacy	85
Tabel 4. 16 Cross Loading Perilaku Konsumtif.....	85
Tabel 4. 17 Cross Loading Financial Management Behavior.....	85
Tabel 4. 18 Cross Loading Moderasi Perilaku Konsumtif.....	86
Tabel 4. 19 Average Variance Extracted (AVE)	86
Tabel 4. 20 Cronbach Alpha dan Composite Reliability	89
Tabel 4. 21 R-Square.....	92
Tabel 4. 22 F- Square	93
Tabel 4. 23 Q-Square	94
Tabel 4. 24 Path Coefficient (Bootsraping)	95
Tabel 4. 25 Uji Pengaruh Moderasi	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Transaksi Uang Elektronik Tahun 2019-2023.....	3
Gambar 1. 2 Tren Penggunaan Metode Pembayaran Tahun 2023.....	5
Gambar 1. 3 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Berdasarkan Umur Tahun 2024	9
Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior Model	31
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian	128
Lampiran 2 Data Kuisioner.....	130
Lampiran 3. Hasil Output Smart PLS	141
Lampiran 4. Lembar Bebas Plagiarisme	146
Lampiran 5. Biodata Peneliti	147
Lampiran 6. Rekapan Bimbingan	149

ABSTRAK

Mustafid, M. Khanif 2025, SKRIPSI Judul :"Peran *Digital Payment* Dan *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior* Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)"

Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, S.E., M.Sc

Kata Kunci : *Digital Payment, Financial Literacy, Financial Management Behavior, Perilaku Konsumtif.*

Financial management behavior merupakan kemampuan penting yang harus dimiliki mahasiswa untuk mengelola keuangan sehari-hari secara efektif. Pengelolaan keuangan yang bijak dipengaruhi oleh kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *digital payment* serta tingkat *financial literacy*. Namun, disisi lain kemudahan transaksi digital ini juga memiliki potensi berperilaku konsumtif bagi mahasiswa jika tidak diimbangi adanya pengetahuan keuangan yang memadai. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis sejauh mana peran *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang dilakukan terhadap 100 mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Malang. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui Google Form dan data diolah menggunakan metode *Partial Least Squares* (PLS) dengan smartPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian ini membuktikan bahwa *digital payment* dan *financial literacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, yang mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi digital serta pemahaman keuangan yang baik mendorong mahasiswa untuk mengelola keuangan secara lebih terencana dan rasional. Sementara itu, perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi variabel *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* mahasiswa Kota Malang, sehingga tingkat kecenderungan konsumtif tidak mengubah arah maupun kekuatan pengaruh kedua variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi pembayaran digital dan peningkatan literasi keuangan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, terlepas dari tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki.

ABSTRACT

Mustafid, M. Khanif 2025, *THESIS Title: "The Role of Digital Payment and Financial Literacy on Financial Management Behavior, With Consumptive Behavior as a Moderating Variable (A Study on College Students in Malang City)"*

Advisor : Mega Noerman Ningtyas, S.E., M.Sc

Keywords : *Digital Payment, Financial Literacy, Financial Management Behavior, Consumptive Behavior.*

Financial management behavior is a crucial skill students must possess to effectively manage their daily finances. Wise management is influenced by how well students utilize digital payment services and a high level of financial literacy. However, the ease of digital transactions also has the potential to lead to consumer behavior among students if not balanced with adequate financial knowledge. Therefore, this study aims to examine and analyze the role of digital payments and financial literacy in financial management behavior, with consumer behavior as a moderating variable.

This study used a quantitative method with an associative approach and was conducted with 100 students from state universities in Malang City. Data collection included a questionnaire distributed online via Google Forms, and data were processed using the Partial Least Squares (PLS) method with smartPLS 3.0.

The results demonstrate that digital payments and financial literacy have a positive and significant influence on financial management behavior, indicating that the ease of digital transactions and a good understanding of finances encourage students to manage their finances in a more planned and rational manner. Meanwhile, consumer behavior did not moderate the effects of digital payment and financial literacy on the financial management behavior of Malang City students, meaning that the level of consumer tendency did not alter the direction or strength of the influence of these two variables. This finding indicates that the use of digital payment technology and increased financial literacy remain important factors in shaping students' financial management behavior, regardless of their level of consumer behavior.

ملخص

مصطفى، م. خانيف، 2025، عنوان الرسالة: "دور الدفع الرقمي والمعرفة المالية في سلوك الإدارة المالية، مع اعتبار السلوك الاستهلاكي متغيراً وسيطاً (دراسة على طلاب الجامعات في مدينة "مالانج")"

المشرف: ميغا نورمان نينغتنياس، بكالوريوس هندسة، ماجستير علوم الكلمات المفتاحية: الدفع الرقمي، المعرفة المالية، سلوك الإدارة المالية، السلوك الاستهلاكي.

يُعد السلوك المالي السليم مهارةً أساسيةً يجب أن يمتلكها الطلاب لإدارة شؤونهم المالية اليومية بكفاءة. ويتأثر هذا السلوك بمدى إتقان الطلاب لاستخدام خدمات الدفع الرقمي ومستوى معرفتهم المالية. مع ذلك، قد تؤدي سهولة المعاملات الرقمية إلى سلوك استهلاكي لدى الطلاب إذا لم توازن بمعونة مالية كافية. لذا، تهدف هذه الدراسة إلى بحث وتحليل دور المدفوعات الرقمية والمعرفة المالية في السلوك المالي السليم، مع اعتبار السلوك الاستهلاكي متغيراً وسيطاً.

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي مع نهج ارتباطي، وأجريت على 100 طالب من جامعات حكومية في مدينة مالانج. شمل جمع البيانات استبياناً وزع إلكترونياً عبر نماذج مع برنامج (PLS) جوجل، وتمت معالجة البيانات باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية smartPLS 3.0.

تُظهر النتائج أن للمدفوعات الرقمية والمعرفة المالية تأثيراً إيجابياً وهاماً على السلوك المالي السليم، مما يشير إلى أن سهولة المعاملات الرقمية والفهم. في الوقت نفسه، لم يؤثر سلوك المستهلك على تأثير الدفع الرقمي والمعرفة المالية على سلوك الإدارة المالية لطلاب مدينة مالانج، مما يعني أن مستوى ميلهم للاستهلاك لم يغير اتجاه أو قوة تأثير هذين المتغيرين. تشير هذه النتيجة إلى أن استخدام تقنية الدفع الرقمي وزيادة المعرفة المالية يظلان عاملين مهمين في تشكيل سلوك الإدارة المالية للطلاب، بغض النظر عن مستوى ميلهم للاستهلا

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemampuan pengelolaan keuangan menjadi tuntutan bagi setiap individu, mengingat keterampilan ini berperan penting dalam mencapai kehidupan yang lebih berkualitas. Pengelolaan keuangan tidak hanya relevan bagi mereka yang telah berpenghasilan, tetapi juga bagi seluruh kelompok masyarakat, termasuk mahasiswa. Bagi mahasiswa, manajemen keuangan menjadi krusial mengingat kecenderungan melakukan pembelanjaan melebihi uang saku yang diterima. Sehingga, mereka perlu memiliki pemahaman yang jelas mengenai perbedaan antara prioritas dan keinginan untuk mengatur keuangannya dengan bijak (Mahardika, 2022).

Kemampuan dalam mengelola keuangan tercermin melalui perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*). Menurut Perry dan Morris (2005) serta Yundari dan Artati (2021), perilaku pengelolaan keuangan dapat dipahami sebagai prak tek langsung seseorang dalam mengatur dan memanfaatkan sumber daya finansial yang dimilikinya, mulai dari perencanaan, pengendalian pengeluaran, menabung, hingga investasi. Definisi tersebut diperkuat oleh Dew dan Xiao (2011) serta Humaira dan Sagoro (2023), yang menjelaskan bahwa perilaku pengelolaan keuangan mencerminkan bagaimana individu membuat keputusan keuangan sehari-hari yang akan memengaruhi kesejahteraan finansial jangka panjang. Dengan demikian, hasil analisis mengindikasikan dimana perilaku

pengelolaan keuangan berkaitan dengan kewajiban atas pengelolaan pengeluaran serta pemasukan, menabung, berinvestasi, serta membayar kewajiban finansial. Kemampuan ini menjadi semakin penting seiring berkembangnya teknologi finansial yang menghadirkan layanan *digital payment*, yang mempermudah mahasiswa melakukan transaksi sehari-hari. Meski praktis, kemudahan tersebut menuntut mahasiswa agar mempunyai pengetahuan keuangan supaya dapat menyeimbangkan transaksi digital melalui pengelolaan keuangan yang bijak, sehingga mereka mampu mengontrol pengeluaran, mengoptimalkan pemasukan, dan menghadapi tantangan finansial secara efektif (Barus et al., 2024).

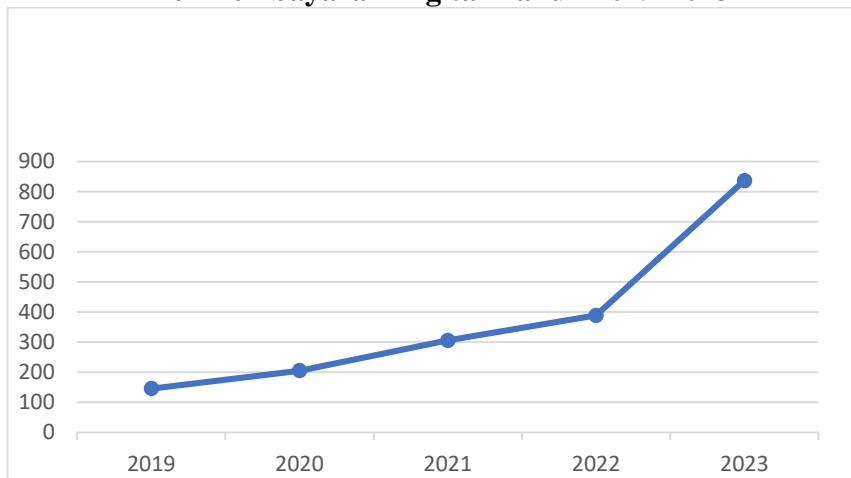
Dalam *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa perilaku seseorang tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk dari beberapa faktor psikologis dan sosial. Niat tersebut dibentuk melalui tiga aspek utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). Sikap mencerminkan bagaimana individu menilai suatu perilaku sebagai positif atau negatif, sementara norma subjektif berhubungan dengan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, sedangkan persepsi kontrol perilaku menggambarkan keyakinan individu terhadap kapasitasnya untuk melaksanakan perilaku tertentu. Dengan kerangka tersebut, TPB menjadi salah satu teori yang relevan dalam memahami terbentuknya perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk perilaku keuangan.

Seiring dengan pentingnya perilaku pengelolaan keuangan yang baik, peran teknologi finansial menjadi semakin nyata dalam kehidupan. Mahasiswa saat ini

merupakan kelompok yang sangat akrab dengan teknologi digital, terutama dalam aktivitas sehari-hari yang hampir selalu menggunakan *smartphone*. Aktivitas tersebut membuat mahasiswa cepat beradaptasi dengan perkembangan *financial technology (fintech)*. Pada era digitalisasi ini, berbagai layanan *fintech* semakin canggih dan praktis, mencakup beberapa jenis seperti *digital payment system*, *microfinancing*, *market comparison*, P2P lending, dan *crowdfunding* (OJiK, 2024). Salah satu inovasi yang paling menonjol adalah *digital payment*, yaitu transaksi pembayaran secara online menggunakan perangkat digital, yang mempermudah masyarakat melakukan pembayaran tanpa tunai (Rahayu & Mulyadi, 2023).

Selain menghadirkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, layanan ini menuntut mahasiswa untuk menyeimbangkan kenyamanan digital dengan pengelolaan keuangan yang bijak (Hidayati & Nugroho, 2023). Tren adopsi *digital payment* yang meningkat pesat menunjukkan bahwa perilaku finansial mahasiswa kini tidak terlepas dari inovasi teknologi, sehingga menjadi aspek penting yang perlu dianalisis dalam konteks pengelolaan keuangan.

Gambar 1.1
Tren Pembayaran Digital Tahun 2019-2023



Sumber: (Bank Indonesia, 2024)

Berdasarkan data Bank Indonesia (2024), diketahui pembayaran digital di Indonesia mengindikasikan peningkatan di setiap tahun. Pada 2019, nilai transaksi masih berada di kisaran Rp145 triliun, lalu naik menjadi sekitar Rp200 triliun pada 2020. Pertumbuhan ini berlanjut secara stabil pada 2021 dan 2022, masing-masing mencapai kurang lebih Rp300 triliun dan Rp360 triliun.. Peningkatan yang paling mencolok terlihat pada 2023, ketika nilai transaksi melonjak tajam hingga menyentuh Rp508 triliun. Lonjakan ini memperlihatkan bahwa penggunaan uang elektronik semakin diterima masyarakat, seiring dengan semakin luasnya akses internet, bertambahnya jumlah pengguna smartphone, serta berkembangnya layanan keuangan digital. Selain itu, jika ditinjau dari aspek sub-komponen transaksi, data GoodStats (2024), menunjukkan bahwa nilai transaksi transfer antar e-wallet juga mengalami peningkatan signifikan, dari Rp22,4 triliun pada 2019 menjadi Rp366,3 triliun pada 2023, dan pada semester pertama 2024 saja sudah mencapai Rp303 triliun. Fakta ini menunjukkan bahwa tidak hanya volume transaksi secara keseluruhan yang meningkat, tetapi juga interaksi antar dompet digital yang semakin intensif, menandakan bahwa penggunaan digital payment telah menjadi bagian integral dalam kehidupan finansial masyarakat, termasuk mahasiswa.

Gambar 1. 2
Tren Penggunaan Metode Pembayaran Tahun 2023



Sumber data : (InsighAsia, 2023)

Di sisi lainnya hasil survei dari InsighAsia (2023) menyatakan bahwa dompet digital menjadi pilihan utama dengan tingkat penggunaan mencapai 74%, lebih tinggi dibandingkan uang tunai yang berada pada angka 49%, transfer bank di angka 24%, *QRIS* di angka 21%, *PayLater* diangka 18%, kartu debit diangka 17%, dan VA transfer diangka 16%. Hasil ini menegaskan adanya pergeseran preferensi masyarakat dari pembayaran konvensional berbasis tunai menuju transaksi digital yang lebih praktis dan efisien. Lebih lanjut, pola penggunaan dompet digital menunjukkan kecenderungan yang semakin intensif dalam aktivitas finansial sehari-hari, seperti belanja online di angka 79%, pembelian pulsa di angka 78%, transfer uang di angka 78%, cek histori transaksi di angka 70%, serta transfer bank di angka 69%. Data ini mengindikasikan dimana e-wallet tidak hanya

berfungsi sebagai alat pembayaran tambahan, tetapi telah menjadi bagian integral dari pengelolaan keuangan rutin yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumsi maupun kemampuan menjaga keseimbangan keuangan individu. Dari sisi platform, GoPay menempati posisi sebagai dompet digital paling banyak digunakan yaitu di angka 71% dan pengguna aktif dalam tiga bulan terakhir sebesar 58%, disusul OVO dengan pernah menjadi pengguna sebanyak 70% dan 53% sampai sekarang masih menggunakan, sementara DANA (61%) dan *ShopeePay* (51%) memiliki tingkat penggunaan cukup tinggi namun tidak masuk tiga besar dalam kategori pengguna aktif. Persaingan ketat antarpenyedia layanan ini menunjukkan bahwa loyalitas pengguna dipengaruhi oleh strategi promosi, fitur, serta integrasi layanan yang ditawarkan masing-masing platform, sehingga perilaku pengelolaan keuangan masyarakat semata-mata tidak hanya ditentukan oleh literasi keuangan, melainkan oleh ekosistem digital yang mempengaruhi preferensi dan kebiasaan transaksi mereka.

Dengan maraknya aktivitas belanja online yang diiringi oleh semakin berkembangnya transaksi pembayaran berbasis digital (*digital payment*), masyarakat memperoleh berbagai kemudahan dalam bertransaksi. Kehadiran layanan *digital payment* memungkinkan individu tidak hanya melakukan pembayaran secara praktis, tetapi juga memanfaatkannya untuk mendukung pengelolaan keuangan, seperti menabung maupun berinvestasi. Sejumlah penelitian, seperti yang dilakukan oleh, Azzahraa & Kartini (2022), Hidayati dan Nugroho (2023), Nasruddin et al. (2024) Munawaroh,, Gumilar, dan Kurniawan (2025), serta Moorjati dan Hertina (2025) mengungkapkan pembayaran digital

berperan positif dalam membentuk perilaku pengelolaan mahasiswa. Namun demikian, terdapat pula hasil penelitian yang berbeda. Misalnya, penelitian Siskawati dan Ningtyas (2022), Utami & Isbanah (2021), Ahn dan Nam (2024) serta Faraz dan Anjum (2025) menemukan finansial teknologi tidak berdampak signifikan dalam membentuk pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini disebabkan oleh masih adanya individu yang belum aktif menggunakan layanan fintech secara optimal, sehingga teknologi pembayaran digital tersebut belum sepenuhnya berkontribusi pada perencanaan maupun pengelolaan keuangan mereka.

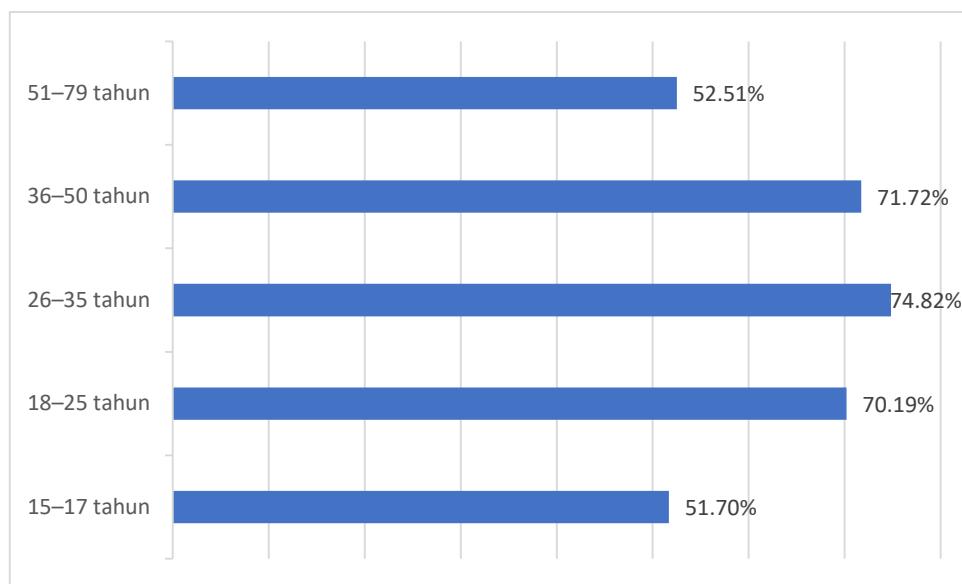
Selain perkembangan pembayaran berbasis digital, pengetahuan pengelolaan keuangan menjadi faktor penting dalam mendukung kemampuan mahasiswa untuk mengatur finansial pribadi. Menurut Chen dan Volpe (1998) literasi keuangan atau (*financial literacy*) dapat diartikan sebagai pengetahuan akan kemampuan individu dalam mengatur finansial dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan Cheung et al. (2015) mengatakan kepemilikan literasi keuangan sangat penting, karena rendahnya literasi dapat memicu berbagai masalah finansial. Mahasiswa dapat mendapatkan bagaimana cara mengelola keuangannya dengan baik melalui sarana formal maupun informal (Nurlaila, 2020). Namun, realitanya tidak sedikit mahasiswa masih kesulitan dalam mengelola keuangan dengan baik. Menurut Arifin (2017) mereka sering terpancing melakukan pembelian yang tidak rasional karena pengaruh lingkungan atau tren, sehingga pengeluaran lebih besar daripada pemasukan yang dimiliki. Seseorang yang memiliki pengelolaan keuangan cukup akan mampu mengatur arus kas, mengalokasikan pendapatan untuk pengeluaran jangka pendek dan investasi jangka panjang. Fakta-fakta tersebut

memperlihatkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki akses informasi yang luas dan kemampuan adaptif terhadap perubahan, tidak sedikit dari mereka juga belum mampu secara konsisten menerapkan perilaku keuangan yang sehat.

Pemahaman mengenai keuangan merupakan bekal penting bagi setiap individu agar mampu mengelola kondisi finansialnya secara sehat dan bijaksana.

Financial literacy dipahami ketika individu memiliki kecakapan dalam mempelajari, menilai, sekaligus mengatur finansial pribadi saat mengambil keputusan. Kecakapan ini tidak hanya membantu dalam mengoptimalkan pengelolaan uang, tetapi juga melindungi individu dari berbagai risiko, seperti perilaku konsumtif, kebiasaan berutang, hingga penggunaan kredit yang berlebihan (Trisnowati et al., 2020). Sejalan dengan hal tersebut, penguasaan pemahaman keuangan menjadi keterampilan esensial untuk dimiliki oleh semua kalangan. Untuk melihat sejauh mana tingkat pemahaman masyarakat dalam hal ini, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) menghadirkan gambaran menyeluruh mengenai kondisi literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

Gambar 1.3
Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia Berdasarkan Umur Tahun 2024



Sumber : (OJK,2024)

Berdasarkan data (OJK, 2024) melalui SNLIK yang melibatkan 10.800 responden berusia 15 – 79 tahun di 34 provinsi, 120 kabupaten/kota, dan 8 wilayah kantor OJK, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia berbeda-beda menurut kelompok umur. Tingkat literasi pada usia 15 – 17 tahun tercatat 51,70%, meningkat menjadi 70,19% pada usia 18 – 25 tahun, 74,82% pada 26 – 35 tahun, dan 71,72% pada 36 – 50 tahun, lalu menurun menjadi 52,51% pada kelompok usia 51 – 79 tahun. Data ini mengindikasikan bahwa kelompok usia produktif cenderung memiliki literasi keuangan lebih tinggi dibandingkan usia muda atau tua. Meskipun literasi keuangan pada usia 18 – 25 tahun relatif tinggi, hal tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam praktik mahasiswa. Banyak mahasiswa masih menghadapi tantangan dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran, serta kerap

melakukan pengeluaran konsumtif karena pengaruh gaya hidup dan tren, menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan dan praktik keuangan.

Walaupun tingkat literasi keuangan sudah relatif tinggi, kondisi ini menunjukkan bagaimana pemahaman mahasiswa terkait aspek-aspek keuangan seperti tabungan, asuransi, pinjaman, dan investasi masih terbatas. Dalam hal ini, OJK memiliki peran strategis untuk mendorong peningkatan literasi keuangan di Indonesia, terutama di kalangan mahasiswa. Rendahnya tingkat literasi di lingkungan kampus menjadi perhatian penting bagi OJK sehingga lembaga ini meluncurkan berbagai program edukasi finansial. Upaya yang ditempuh antara lain meliputi pengembangan platform *Learning Management System* (LMS KU), sebuah situs pembelajaran interaktif yang menyediakan materi edukatif berupa video animasi, modul, kuis, hingga video pembelajaran dengan tampilan menarik. Melalui LMS KU, diharapkan pemahaman mahasiswa mengenai keuangan dapat semakin baik agar mereka lebih efektif dalam mengelola finansial pribadinya dengan bijak dan mengurangi potensi timbulnya masalah dalam pengelolaan finansial (Azzahraa & Kartini, 2022)

Pengetahuan finansial yang baik mendorong seseorang untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan bijaksana. Pemahaman ini tidak hanya memengaruhi pola hidup, tetapi juga menentukan bagaimana seseorang merancang dan mengatur kondisi finansialnya. Sejumlah penelitian telah menegaskan pentingnya literasi keuangan, di antaranya Baptista dan Dewi (2021), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan pada individu usia produktif di Kota Semarang.

Penelitian serupa oleh Chen dan Volpe (1998), Ningtyas (2019), Pamella dan Arif (2022), Rajagukguk dan Sari (2022), Hidayati dan Nugroho (2023), serta Nasruddin et al. (2024), yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi yang baik cenderung lebih bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan serta mampu menyusun perencanaan keuangan sesuai tujuan dan memilih produk keuangan yang menguntungkan (Ningtyas, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh, Muntahanah et al. (2021), Mustika (2022), serta Muhammad et al. (2024) mengungkapkan bahwa pemahaman finansial bukanlah satu-satunya faktor penentu. Keterampilan dalam mengelola keuangan juga sangat dipengaruhi oleh aspek lain, seperti kemampuan pengendalian diri yang dimiliki individu. Sejalan dengan itu, dalam penelitian Irdiana et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi tanpa kontrol emosi dan sikap yang tepat bisa berdampak merugikan.

Fenomena menarik yang muncul di kalangan mahasiswa saat ini adalah adanya ketimpangan antara pemahaman dan praktik pengelolaan keuangan. Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memiliki akses terhadap edukasi keuangan baik melalui perkuliahan, seminar, maupun media digital, kenyataannya masih banyak di antara mereka yang belum mampu menerapkan perilaku pengelolaan keuangan secara bijak. Di sisi lain, kemudahan bertransaksi melalui berbagai platform *digital payment* justru sering kali memperlemah kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan pengeluaran. Situasi ini diperparah oleh gaya hidup konsumtif yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa, terutama karena pengaruh promosi, diskon, dan tren media sosial yang mendorong perilaku belanja impulsif. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara literasi

keuangan yang dimiliki mahasiswa dengan perilaku keuangan yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari (Wulandari & Aulia, 2022). Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai sejauh mana *digital payment* dan *financial literacy* berperan dalam membentuk *financial management behavior* mahasiswa, serta bagaimana perilaku konsumtif dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

Menurut Andriani et al. (2023) perilaku konsumtif dipahami sebagai kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional, serta tidak selalu didasarkan pada kebutuhan nyata. Dalam penelitiannya (Lurette et al., 2021) menegaskan bahwa perkembangan teknologi turut memperkuat kecenderungan tersebut, sebab mahasiswa semakin sering memanfaatkan platform digital tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk berbelanja secara daring. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Rizkiyah et al. (2021), Naufalia (2022), Rahayu & Mulyadi (2023), serta Ramadhani dan Sari (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan *digital payment* memberikan pengaruh signifikan terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Namun sebaliknya, beberapa penelitian oleh Azzahraa dan Kartini (2022), Hidayati dan Nugroho (2023), serta Munawaroh et al. (2025) menemukan bahwa digital payment dapat meningkatkan perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Di sisi lain, meskipun literasi keuangan terbukti berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Baptista & Dewi, 2021) penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh ini dapat melemah jika individu memiliki tingkat konsumtifitas tinggi. Dengan demikian, kemajuan teknologi finansial yang seharusnya mempermudah

pengelolaan keuangan justru dapat mendorong perilaku konsumtif yang berisiko menimbulkan permasalahan finansial pada mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, temuan sebelumnya mengenai pengaruh *digital payment* dan *financial literacy terhadap financial management behavior* menunjukkan hasil yang beragam. Perbedaan temuan tersebut menandakan adanya kesenjangan penelitian yang perlu dikaji, terutama pada kalangan mahasiswa yang kerap mengakses layanan pembayaran digital namun belum sepenuhnya memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Pembeda dalam studi ini terletak pada penambahan variabel baru yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi serta pemilihan subjek penelitian. Jika penelitian terdahulu umumnya berfokus pada masyarakat umum, mahasiswa pada lingkup satu universitas, fakultas atau jurusan, maka penelitian ini melibatkan mahasiswa aktif S1 dari perguruan tinggi negeri di Kota Malang yaitu UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, dan Politeknik Negeri Malang.

Sebagai kota pendidikan, Malang menjadi destinasi utama mahasiswa dari berbagai wilayah di Indonesia. Mahasiswa yang merantau dituntut untuk mampu mengelola keuangan secara mandiri agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan baik (Pratiwi & Nugroho, 2021) . Selain itu, lokasi kampus-kampus di Malang yang strategis dan dikelilingi oleh pusat perbelanjaan, tempat makan, serta kafe, menciptakan peluang bagi mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara impulsif. Kebiasaan belanja yang tidak terkendali berpotensi menimbulkan masalah dalam pengelolaan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini tertarik mengkaji perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa di Kota Malang, dengan

pertimbangan bahwa masih terdapat ketidakkonsistensi temuan dalam penelitian-penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang berdampak pada pengelolaan finansial mahasiswa.

Sejalan dengan latar belakang dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “ Peran *Digital Payment* dan *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang) “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang yang telah diuraikan, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pemanfaatan *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang?
2. Apakah tingkat *financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang?
3. Apakah perilaku konsumtif dapat memoderasi pengaruh antara *digital payment* terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang?
4. Apakah perilaku konsumtif dapat memoderasi pengaruh antara *financial literacy* terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana peran *digital payment* dalam mempengaruhi *financial management behavior* mahasiswa kota Malang.

2. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana peran *financial literacy* dalam mempengaruhi *financial management behavior* mahasiswa kota Malang.
3. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana peran perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara *digital payment* terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang.
4. Untuk menguji dan menganalisis sejauh mana peran perilaku konsumtif dalam memoderasi hubungan antara *financial literacy* terhadap *financial management behavior* mahasiswa kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memperluas pemahaman dalam bidang manajemen keuangan, khususnya terkait *Financial Management Behavior* mahasiswa. Temuan penelitian diharapkan dapat mengidentifikasi peran *Digital Payment* dan *Financial Literacy* dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan, serta memperjelas dampak moderasi Perilaku Konsumtif. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi konseptual dan empiris bagi peneliti lain yang ingin mengembangkan studi lanjutan di bidang literasi keuangan dan teknologi pembayaran digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam kemampuan analisis kuantitatif serta memahami faktor-faktor yang memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa secara lebih komprehensif.

b) Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Diharapkan hasil temuan ini dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa serta akademisi untuk memperoleh wawasan mengenai hubungan antara Financial Literacy, penggunaan Digital Payment, dan Perilaku Konsumtif. Selain itu, temuan ini dapat menjadi fondasi untuk merancang program edukasi keuangan yang lebih efektif.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada pengaruh *Digital Payment* dan *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* dengan Perilaku Konsumtif sebagai variabel moderasi. Responden penelitian terbatas pada mahasiswa strata satu Universitas Negeri di Kota Malang. Fokus penelitian ini adalah untuk menilai bagaimana Perilaku Konsumtif memoderasi pengaruh *Digital Payment* dan *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* mahasiswa, sehingga hasil penelitian relevan dalam konteks populasi dan lokasi yang diteliti.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian menyoroti bahwa *digital payment* tidak hanya memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, tetapi juga memiliki hubungan yang signifikan dengan kecenderungan konsumtif individu. Misalnya penelitian yang dilakukan oleh Rizkiyah et al. (2021), Rahayu dan Mulyadi (2023), Naufalia (2022), Butar et al. (2024), Mulya dan Juwita (2024) dan Wahyuni dan Marseandi (2025) menunjukkan bahwa kemudahan dan kecepatan transaksi digital membuat masyarakat, khususnya mahasiswa, semakin terbiasa bergantung pada layanan ini. Munawaroh et al. (2025), serta Munawar et al. (2023) menambahkan bahwa pembayaran digital berhubungan erat dengan perilaku manajemen keuangan mahasiswa, di mana literasi keuangan dapat memperkuat hubungan tersebut. Studi lain oleh Moorjati dan Hertina (2025), dan Nasruddin et al. (2024) turut menegaskan peran signifikan *fintech payment* dalam membentuk *financial management behavior*. Namun demikian, hasil berbeda disampaikan dalam studi yang dilakukan Utami & Isbanah (2021), Siskawati dan Ningtyas (2022), Dewi (2024), serta Sari (2025), menemukan bahwa *fintech payment* justru berdampak negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *digital payment* tidak sepenuhnya seragam, melainkan dipengaruhi oleh kondisi individu dan konteks penelitian.

Di samping itu, *financial literacy* atau literasi keuangan muncul sebagai variabel kunci dalam memengaruhi pengelolaan keuangan. Temuan Baptista dan Dewi (2021), Hidayati dan Nugroho (2023), Nasruddin et al. (2024), Moorjati dan Hertina (2025), Azzahraa dan Kartini (2022), Utami dan Isbanah (2021), Ningtyas (2019), serta Rajagukguk dan Sari (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Bahkan, studi Ahn dan Nam (2024) menekankan bahwa literasi keuangan mampu meredam dampak negatif dari penggunaan *mobile payment* yang kerap mendorong pengeluaran berlebih. Sejalan dengan itu, penelitian Ramadhani dan Sari (2023) menegaskan bahwa literasi keuangan berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan kata lain, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme kontrol bagi individu dalam menghadapi godaan konsumsi di era digital. Namun dalam penelitian Irdiana et al. (2023) menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi tanpa kontrol emosi dan sikap yang tepat bisa berdampak merugikan.

Dalam konteks *financial management behavior* (FMB), penelitian terdahulu memperlihatkan hubungan yang erat dengan berbagai variabel. Baptista dan Dewi (2021) menemukan bahwa *financial attitude* dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap FMB. Hidayati dan Nugroho (2023) serta Nasruddin et al. (2024) menegaskan bahwa *fintech payment* dan literasi keuangan juga berpengaruh positif terhadap FMB, dengan internal *locus of control* dan akses layanan sebagai faktor pendukung. Hasil serupa ditunjukkan oleh Moorjati dan Hertina (2025), dan Munawar et al. (2023) yang menyatakan bahwa *fintech payment* berkontribusi signifikan terhadap FMB mahasiswa. Namun, penelitian Utami dan Isbanah (2021)

mencatat bahwa tidak semua faktor, seperti *financial attitude* dan gaya hidup, berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sehingga aspek internal *seperti self-control* tetap memiliki peran dominan.

Sementara itu, studi mengenai perilaku konsumtif memberikan catatan tambahan. Penelitian Naufalia (2022), Butar et al. (2024), dan Wahyuni dan Marseandi (2025) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif tetap muncul bahkan pada individu dengan literasi keuangan yang tergolong baik. Tanpa pengendalian diri, literasi keuangan justru dapat mendorong konsumsi impulsif karena pengetahuan tersebut sering digunakan untuk memaksimalkan berbagai fasilitas yang ditawarkan layanan pembayaran digital. Faraz dan Anjum (2025) menambahkan bahwa perilaku impulsif semakin kuat dengan adanya faktor moderator seperti gender. Di sisi lain, Ramadhani dan Sari (2023) menemukan bahwa literasi keuangan mampu menekan perilaku konsumtif, meskipun *ease of use* dan *brand image e-wallet* cenderung memperkuat konsumsi berlebihan. Lebih lanjut, Lisdiana dan Setiyono (2022) menunjukkan bahwa konsumtifitas dapat memoderasi hubungan antara *self-control* dan pengelolaan keuangan. Dengan demikian, perilaku konsumtif menjadi variabel penting yang memperjelas hubungan antara *digital payment*, literasi keuangan, dan FMB.

Secara keseluruhan, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *digital payment* dan *financial literacy* merupakan faktor utama yang membentuk perilaku keuangan serta kecenderungan konsumtif individu. *Financial literacy* cenderung memperkuat kemampuan dalam mengelola keuangan, sementara *digital payment* meski praktis, kerap meningkatkan risiko perilaku konsumtif. Oleh karena itu,

keseimbangan antara literasi keuangan yang memadai, pemanfaatan teknologi finansial secara bijak, serta kontrol diri yang kuat menjadi kunci terciptanya perilaku keuangan yang sehat.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Nama, Tahun	Variabel	Metode	Hasil
1	<i>The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior</i>	Baptista dan Dewi (2021)	Variabel Independent: <i>Financial Attitude, Financial Literacy, Locus of Control</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, regresi berganda	Temuan penelitian memperlihatkan bahwa <i>financial attitude</i> dan <i>financial literacy</i> berperan positif dalam membentuk <i>financial management behavior</i> secara parsial, sementara <i>locus of control</i> tidak berpengaruh signifikan. Analisis simultan mengungkapkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.
2	<i>Effect of Financial Literacy and Fintech Payment of Financial Management Behavior with Internal Locus of Control as Moderator</i>	Hidayati dan Nugroho (2023)	Variabel Independent: <i>Financial Literacy, Fintech Payment</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i> Variabel Moderator: <i>Internal Locus of Control</i>	Kuantitatif, regresi linier berganda	Secara simultan, <i>financial literacy</i> dan <i>fintech payment</i> terbukti memiliki dampak positif terhadap <i>financial management behavior</i> , dengan <i>internal locus of control</i> bertindak sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara kedua variabel independen tersebut dengan perilaku pengelolaan keuangan.
3	<i>The Influence of Fintech on Financial Management Behavior: A Case Study in Sigli City, Pidie Regency</i>	Nasruddin et al. (2024)	Variabel Independent: <i>Fintech Payment, Financial Literacy, Service Accessibility</i> Variabel Dependent:	Kuantitatif, SEM-PLS 3.0	Penelitian ini menemukan bahwa <i>Fintech Payment, Financial Literacy</i> , dan <i>Service Accessibility</i> berkontribusi positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (<i>Financial Management Behavior</i>). Temuan ini menunjukkan bahwa literasi finansial yang memadai, didukung akses layanan keuangan digital yang mudah, membantu

			<i>Financial Management Behavior</i>		mahasiswa membuat keputusan keuangan yang lebih tepat dan bijaksana.
4	Pengaruh Penggunaan <i>Digital Payment</i> terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Variabel Moderasi	Munawaroh et al. (2025)	Variabel Independent: Penggunaan <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent: Perilaku Manajemen Keuangan Variabel Moderator: Literasi Keuangan Digital	Kuantitatif, <i>Moderated Regression Analysis</i>	Penggunaan <i>digital payment</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan, dan literasi keuangan digital memperkuat pengaruh tersebut.
5	<i>The Influence of Financial Technology Payment, Financial Knowledge, and Income on Financial Management Behavior (Case Study: College Students in Subang)</i>	Moorjati dan Hertina (2025)	Variabel Independent: <i>Financial Technology Payment, Financial Knowledge, Income</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, regresi linier	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan (<i>Financial Management Behavior</i>) dipengaruhi secara positif oleh <i>Fintech Payment, Financial Knowledge</i> , dan <i>Income</i> . Akses terhadap teknologi pembayaran digital, pemahaman literasi finansial, serta pendapatan yang memadai tampak saling berinteraksi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan pentingnya integrasi faktor teknologi, pengetahuan, dan sumber daya finansial dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat..
6	<i>Does mobile payment use lead to overspending? The moderating role of financial knowledge</i>	Ahn dan Nam (2024)	Variabel Independent: <i>Mobile Payment Use</i> Variabel Dependent: <i>Overspending Behavior</i>	Kuantitatif, SEM	Penggunaan <i>mobile payment</i> meningkatkan kecenderungan berbelanja berlebihan, namun pengetahuan finansial yang baik dapat membantu mengendalikan pengeluaran meski menggunakan metode pembayaran digital.

			Variabel Moderator: <i>Financial Knowledge</i>		
7	Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Rizkiyah et al. (2021)	Variabel Independent: <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, regresi linier	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa <i>Digital Payment</i> secara signifikan memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Akses yang mudah dan fleksibilitas pembayaran digital cenderung meningkatkan kecenderungan mahasiswa untuk membeli barang atau jasa secara impulsif. Dengan demikian, penggunaan teknologi finansial ini memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi mereka.
8	Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial	Ningtyas (2019)	Variabel Independent: <i>Basic Financial Literacy, Sharia Financial Literacy</i> Variabel Dependent: <i>Financial Behavior</i>	Deskriptif, Kuantitatif, Eviews analisis regresi linier berganda	Analisis data memperlihatkan bahwa literasi keuangan dasar serta literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>financial behavior</i> generasi milenial. Pemahaman mengenai konsep dasar keuangan memfasilitasi pengambilan keputusan yang lebih rasional, sementara literasi syariah menanamkan prinsip pengelolaan yang beretika dan sesuai syariat. Dengan demikian, kedua jenis literasi ini bersama-sama membentuk perilaku finansial yang lebih disiplin dan bertanggung jawab.
9	<i>The Effect of Financial Literacy, Ease of Use and Brand Image of E-wallet on Consumptive Attitudes of Accounting Students</i>	Ramadhani dan Sari (2023)	Variabel Independent: <i>Financial Literacy, Ease of Use, Brand Image (E-wallet)</i> Variabel Dependent: <i>Consumptive Attitudes</i>	Kuantitatif, SEM-PLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>financial literacy</i> berperan dalam menekan sikap konsumtif mahasiswa, karena pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan mendorong mereka untuk membuat keputusan pengeluaran yang lebih bijaksana. Sebaliknya, kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>) layanan digital dan citra merek (<i>brand image</i>) tampak mendorong perilaku konsumtif, karena keduanya meningkatkan kenyamanan dan daya tarik saat melakukan transaksi. Temuan ini menegaskan bahwa faktor edukasi finansial dan faktor psikologis pemasaran memiliki pengaruh yang berbeda terhadap perilaku konsumtif individu.

10	<i>The Effect of Life Style, Self Control and Financial Literacy on Financial Management with Consumptive Behavior as A Moderating Variable</i>	Lisdiana dan Setiyono (2022)	Variabel Independent: <i>Life Style, Self Control, Financial Literacy</i> Variabel Dependent: Pengelolaan Keuangan Variabel Moderator: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, Smart PLS	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa <i>Life Style</i> , <i>Self Control</i> , dan <i>Financial Literacy</i> memberikan kontribusi signifikan terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan. <i>Self Control</i> membantu mahasiswa menahan dorongan pengeluaran impulsif, sedangkan literasi finansial memberikan dasar pengetahuan untuk keputusan keuangan yang tepat. Perilaku konsumtif berfungsi sebagai variabel moderasi, yang dapat memperkuat atau melemahkan efek <i>Self Control</i> terhadap pengelolaan keuangan, tergantung pada kecenderungan konsumtif mahasiswa.
11	Pengaruh <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat	Rahayu dan Mulyadi (2023)	Variabel Independent: <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent: <i>Consumptive Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, regresi linier	<i>Digital payment</i> sangat berpengaruh terhadap <i>consumptive behavior</i> individu.
12	<i>Spendception: The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying</i>	Faraz dan Anjum (2025)	Variabel Independent: Penggunaan sistem pembayaran digital Variabel Dependent: Perilaku pembelian konsumen, Pembelian impulsif Variabel Moderator : Jenis kelamin Variabel Mediator: Pembelian impulsif	Kuantitatif, SEM-PLS	Penggunaan pembayaran digital meningkatkan perilaku pembelian impulsif dan pembelian berlebihan pada konsumen.

13	Pengaruh <i>Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge</i> terhadap <i>Financial Management Behavior</i> bagi Mahasiswa di Yogyakarta	Azzahraa dan Kartini (2022)	Variabel Independent: <i>Financial Technology Payment, Financial Attitude, Financial Knowledge</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, regresi berganda	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa seluruh variabel berkontribusi secara signifikan dalam membentuk <i>Financial Management Behavior</i> mahasiswa. Masing-masing variabel memberikan efek positif, di mana literasi finansial meningkatkan pemahaman dan pengambilan keputusan keuangan, sementara faktor lain seperti <i>fintech payment</i> dan pengendalian diri memfasilitasi pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Dengan demikian, pengelolaan keuangan mahasiswa dipengaruhi oleh kombinasi pengetahuan, perilaku, dan faktor teknologi.
14	Kontribusi <i>Financial Technology (Fintech) Payment</i> terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Masa Pandemi COVID-19 di Kota Banjar	Munawar et al. (2023)	Variabel Independent: <i>Fintech Payment</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif, Eksplanatori	Analisis data memperlihatkan bahwa <i>Fintech Payment</i> berkontribusi secara signifikan terhadap <i>Financial Management Behavior</i> mahasiswa. Kemudahan dan fleksibilitas dalam menggunakan layanan pembayaran digital mendorong mahasiswa untuk lebih teratur dalam mengelola keuangan mereka. Temuan ini menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi finansial sebagai alat pendukung literasi dan pengelolaan keuangan.
15	Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Self Control, dan Lifestyle</i> terhadap <i>Financial Behavior</i>	Utami dan Isbanah (2021)	Variabel Independent: <i>Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Self Control, Lifestyle</i> Variabel Dependent: <i>Financial Behavior</i>	Kuantitatif, SPSS, regresi linier berganda	<i>Financial literacy</i> dan <i>self-control</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>financial behavior</i> ; <i>financial attitude</i> , <i>fintech</i> , dan <i>lifestyle</i> tidak berpengaruh.
16	Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> dan Perilaku Keuangan Mahasiswa	Siskawati dan Ningtyas (2022)	Variabel Independent:	<i>Explanatory research, SEM-PLS</i>	Temuan penelitian mengindikasikan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam meningkatkan kualitas perilaku keuangan, membantu individu merencanakan, mengatur, dan mengendalikan

			Literasi Keuangan, <i>Financial Technology</i> Variabel Dependent: Perilaku Keuangan Mahasiswa		pengeluaran mereka. Di sisi lain, <i>Financial Technology</i> secara signifikan menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan, kemungkinan karena penggunaan layanan digital yang praktis membuat mahasiswa lebih mudah ter dorong untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini menegaskan bahwa teknologi finansial harus digunakan dengan pengendalian diri dan literasi yang memadai agar tidak menurunkan kualitas pengelolaan keuangan.
17	Pengaruh <i>Digital Payment</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Shopee di DKI Jakarta	Naufalia (2022)	Variabel Independent: <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif, regresi linier	Penelitian ini menemukan bahwa <i>Digital Payment</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee di Jakarta. Mahasiswa yang terbiasa menggunakan layanan pembayaran digital cenderung lebih sering melakukan transaksi impulsif, karena kemudahan dan fleksibilitas yang ditawarkan. Temuan ini menekankan perlunya pengawasan diri dan literasi finansial untuk mengimbangi kenyamanan digital payment agar perilaku konsumtif tetap terkendali.
18	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa	Rajagukguk dan Sari (2022)	Variabel Independent: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Teman Sebaya Variabel Dependent: Perilaku Keuangan Mahasiswa	Kuantitatif, regresi linier	Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan pengaruh teman sebaya memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Literasi keuangan mendukung pengambilan keputusan finansial yang bijak, gaya hidup memandu pola belanja, dan pengaruh teman sebaya memengaruhi keputusan pengeluaran melalui interaksi sosial. Kombinasi faktor-faktor ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa terbentuk melalui sinergi antara pengetahuan, preferensi pribadi, dan lingkungan sosial.
19	Pengaruh <i>Digital Payment</i> , Pendapatan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi	Butar et al. (2024)	Variabel Independent: <i>Digital Payment</i> , Pendapatan, Literasi Keuangan	Kuantitatif, regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Digital Payment</i> , pendapatan, dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan akses melalui pembayaran digital mendorong mahasiswa untuk melakukan

	Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung)		Variabel Dependent: Perilaku Konsumtif		pembelian lebih sering, sementara tingkat pendapatan menentukan kemampuan finansial mereka untuk memenuhi keinginan konsumtif. Selain itu, literasi keuangan turut memengaruhi keputusan pengeluaran; mahasiswa dengan pemahaman finansial yang baik cenderung lebih bijak dalam mengatur pengeluaran, meski tetap terdorong oleh faktor digital dan pendapatan.
20	Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Mahasiswa Di Mataram	Wahyuni dan Marseandi (2025)	Variabel Independent: Literasi Keuangan, Penggunaan, <i>Digital Payment</i> Variabel Dependent: Perilaku Konsumtif Generasi Z	Kuantitatif, regresi linier berganda	Analisis data memperlihatkan bahwa <i>Digital Payment</i> berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terutama karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan berbagai promosi yang memikat. Di sisi lain, literasi keuangan pun memiliki efek positif, namun tanpa adanya pengendalian diri, mahasiswa berisiko membuat keputusan pengeluaran impulsif. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan finansial harus dipadukan dengan kemampuan pengendalian diri untuk mencegah perilaku konsumtif yang berlebihan.
21	Pengaruh <i>Financial Technology Payment</i> , <i>Financial Knowledge</i> , dan <i>Financial Attitude</i> terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya	Mulya dan Juwita (2024)	Variabel Independent: <i>Financial Technology Payment</i> , <i>Financial Knowledge</i> , <i>Financial Attitude</i> Variabel Dependent: <i>Financial Management Behavior</i>	<i>Explanatory research</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel <i>financial technology payment</i> , <i>financial knowledge</i> , dan <i>financial attitude</i> berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan <i>fintech payment</i> tidak hanya memberikan kemudahan transaksi, tetapi juga dapat mendorong perilaku manajemen keuangan yang baik apabila didukung oleh pengetahuan dan sikap keuangan yang positif.
22	Pengaruh <i>Financial Technology Payment</i> dan <i>Self Control</i> Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	Dewi (2024)	Variabel Independent: <i>Financial Technology</i>	Kuantitaif Regresi linier	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan <i>fintech payment</i> meski memberikan kemudahan transaksi, tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

			<i>Payment, Self Control</i> Variabel Dependent: Perilaku Keuangan		Hal ini disebabkan oleh kurangnya kontrol diri dan literasi keuangan yang memadai pada responden penelitian. Mahasiswa cenderung menggunakan fintech payment secara impulsif tanpa pengelolaan anggaran secara matang, sehingga risiko masalah finansial pribadi meningkat.
23	Pengaruh Penggunaan <i>Fintech</i> dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa	Sari (2025)	Variabel Independent: <i>Fintech, Literasi Keuangan</i> Variabel Dependent: Perilaku Keuangan	Kuantitaif Regresi linier	Penelitian ini mengungkapkan bahwa meskipun <i>fintech payment</i> meningkatkan kemudahan akses dan kecepatan transaksi, terdapat sisi negatif berupa ketergantungan terhadap layanan tersebut yang dapat menurunkan kemampuan perencanaan dan pengendalian keuangan jangka panjang mahasiswa. Layanan <i>fintech</i> dengan fitur kredit dan pinjaman online, jika tidak dikontrol dengan baik, dapat memicu utang konsumtif yang sulit dikendalikan.
24	Dampak Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Niat sebagai Variabel Mediasi	Irdiana et al. (2023)	Variabel Independent: Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Variabel Dependent: Perilaku Pengelolaan Keuangan Variabel Mediasi : Niat	Kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan secara langsung terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Namun, sikap keuangan memberikan pengaruh positif yang signifikan ketika niat sebagai variabel mediasi diperhitungkan.

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Peneliti melakukan perbandingan antara penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan untuk menilai persamaan dan perbedaan keduanya. Persamaannya terdapat pada penggunaan *Digital Payment* dan *Financial Literacy* sebagai variabel independen, serta *Financial Management Behavior* sebagai variabel dependen. Perbedaannya, penelitian ini menambahkan variabel moderasi perilaku konsumtif dan memusatkan perhatian pada mahasiswa strata satu dari beberapa universitas negeri di Kota Malang yang menggunakan *Digital Payment*, sehingga menambah nilai kebaruan.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Theory of Planned Behavior*

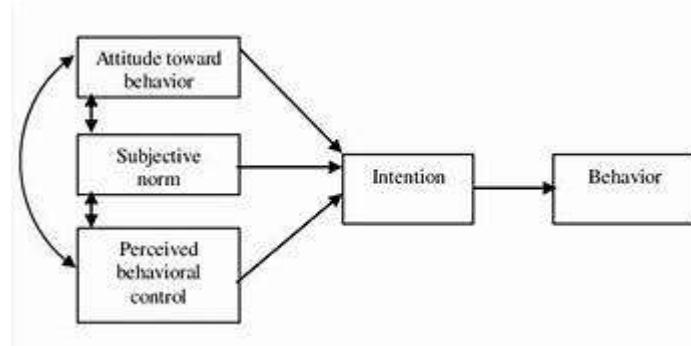
Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang awalnya diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. TRA menyatakan bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh dua aspek utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) dan norma subjektif (*subjective norms*). Ajzen (1991) kemudian menambahkan komponen *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap kontrol yang dimiliki terhadap perilaku, sehingga TPB memiliki kemampuan prediktif yang lebih kuat.

Secara konseptual, TPB menjelaskan bahwa niat individu dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku (Afifah & Ardyansyah, 2024). Teori ini bertujuan

untuk meramalkan perilaku berdasarkan konteks saat ini, misalnya kemajuan teknologi finansial. Rahmawati dan Nurohman (2024) menegaskan bahwa semakin kuat niat seseorang, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut terjadi. Dengan demikian, TPB sering dijadikan kerangka untuk menganalisis sejauh mana sikap individu berkontribusi terhadap tindakannya.

Menurut Ajzen (1991), terbentuknya niat individu dalam bertindak dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu:

Gambar 2.1
Theory of Planned Behavior Model



1) *Attitude Toward the Behavior* (Sikap terhadap perilaku)

Sikap adalah evaluasi individu terhadap suatu perilaku, bersifat positif atau negatif, yang terbentuk dari keyakinan akan hasil perilaku tersebut dan pertimbangan terhadap nilai atau konsekuensi yang dihasilkannya. Dalam konteks penelitian ini, sikap mahasiswa terhadap *digital payment* menentukan apakah layanan tersebut dipandang sebagai sarana yang mempermudah pengelolaan uang atau justru mendorong konsumsi berlebihan. Hubungan antara sikap dan literasi keuangan terlihat jelas, di mana mahasiswa dengan literasi

finansial yang tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap pengelolaan keuangan dan mampu menggunakan *Digital Payment* dengan lebih bertanggung jawab.

2) *Subjective Norms* (Norma subjektif)

Norma subjektif mencerminkan pengaruh sosial yang dirasakan individu, berupa keyakinan bahwa teman, keluarga, atau lingkungan sosial mengharapkan ia bertindak atau menahan diri terhadap suatu perilaku. Bagi mahasiswa, tren penggunaan *e-wallet*, tawaran promosi, atau nasihat orang tua untuk berhemat dapat membentuk norma yang berpengaruh terhadap pilihan mereka dalam bertransaksi digital sekaligus mengatur pola keuangan pribadi. Norma ini berpotensi memperkuat atau justru melemahkan kaitan antara *digital payment*, literasi keuangan, dan kecenderungan konsumtif.

3) *Perceived Behavioral Control* (Persepsi kontrol perilaku)

Konsep ini menekankan sejauh mana individu merasa memiliki kontrol dan kemampuan untuk menjalankan suatu tindakan, yang dipengaruhi oleh faktor kemudahan atau hambatan yang dirasakannya. Mahasiswa yang mempunyai pemahaman finansial tinggi umumnya lebih yakin dan mampu dalam mengelola arus kas, menyusun anggaran, menabung, hingga mengendalikan pengeluaran. Kondisi ini membuat mereka lebih mudah mengubah niat menjadi tindakan nyata berupa *financial management behavior* yang sehat. Sebaliknya, mahasiswa dengan perilaku konsumtif tinggi sering kali

kehilangan kontrol, sehingga meskipun memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, mereka tetap kesulitan mewujudkan *financial management behavior* yang ideal.

2.2.2 *Financial Management Behavior*

Perilaku pengelolaan keuangan (*Financial management behavior*) merujuk pada kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan secara menyeluruh, termasuk kegiatan seperti perencanaan, penganggaran, pengawasan, pengelolaan, pengendalian, serta penyimpanan dana yang digunakan untuk kebutuhan sehari-hari (Kholilah & Iramani, 2013). Pengetahuan finansial yang memadai memungkinkan individu membuat keputusan keuangan yang tepat sekaligus mendukung peningkatan kesejahteraan finansialnya (Immamah & Handayan, 2022). Trisnowati et al. (2020) yang menunjukkan perilaku manajemen keuangan mencerminkan bagaimana individu bertindak dalam menghadapi berbagai keputusan keuangan.

Menurut Horne dan Wachowicz (2005) *financial management behavior* mencakup proses perencanaan, perolehan, pemanfaatan, dan pengalokasian sumber daya keuangan. Selain itu, Mien dan Thao (2015), dalam sumber yang sama, menambahkan bahwa perilaku ini berkaitan dengan seberapa efektif individu mengelola dana berdasarkan pendapatan yang dimilikinya.

Dari berbagai pendapat berbagai sumber, *financial management behavior* dapat diartikan sebagai bentuk tanggung jawab seseorang dalam

mengatur keuangan dengan bijaksana, memadukan prinsip manajemen dan pengendalian yang efektif untuk mencapai kestabilan serta kesejahteraan finansial. Dalam perspektif Islam, pengelolaan keuangan termasuk bagian dari kehidupan yang diatur secara menyeluruh. Al-Quran menekankan perlunya memanfaatkan dana secara tepat, bertanggung jawab, dan selaras dengan prinsip syariah, hal ini ditegaskan pada Q.S. Al-Furqon ayat 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَعْسُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “*Dan orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.*”

Ajaran Islam menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dalam penggunaan harta sebagai wujud tanggung jawab moral dan spiritual. Berdasarkan Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), menggambarkan karakter hamba Allah yang bijak dalam membelanjakan hartanya tidak berlebih-lebihan (*isrāf*) dan tidak pula kikir (*bukhl*) melainkan berada di posisi tengah yang menunjukkan kedewasaan dalam mengelola rezeki. Nilai moderasi ini relevan dengan realitas mahasiswa masa kini yang hidup di era digital, di mana kemudahan transaksi melalui *digital payment* sering kali mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan. Prinsip keseimbangan dalam ayat tersebut dapat dijadikan pedoman bagi mahasiswa untuk mengatur keuangan secara proporsional dan beretika, bukan sekadar mengikuti keinginan atau tren konsumsi.

Dengan bekal literasi keuangan yang memadai dan kesadaran spiritual yang matang, mahasiswa diharapkan mampu menerapkan *financial management behavior* yang mencerminkan nilai-nilai Islam yaitu hidup hemat tanpa bersikap kikir, serta moderat tanpa berlebihan.

Menurut Herdjono dan Damanik (2016), terdapat empat aspek utama yang mencerminkan *financial management behavior* pada setiap individu, yaitu:

1) *Consumption* (Konsumsi)

Konsumsi merujuk pada pengeluaran individu untuk memperoleh barang atau jasa. Dalam konteks perilaku manajemen keuangan, konsumsi mencerminkan sejauh mana individu mampu mengatur pengeluarannya secara bijak Manajemen Arus Kas.

Arus kas merupakan elemen krusial dalam menjaga kesehatan keuangan seseorang. Aspek ini menunjukkan kemampuan individu dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran, termasuk memastikan pembayaran tagihan dilakukan tepat waktu.

2) *Cash – Flow Management* (Manajemen Arus Kas)

Arus kas merupakan faktor yang paling utama dari kesehatan keuangan. Arus kas adalah ukuran kemampuan seseorang dalam membayar tagihan tepat waktu.

3) *Saving and Investment* (Tabungan dan Investasi)

Tabungan merupakan alokasi pendapatan yang ditahan sementara dan tidak dibelanjakan, dengan tujuan menghadapi

kebutuhan mendadak atau keadaan darurat di masa depan. Sementara itu, investasi mengacu pada penempatan dana saat ini dengan harapan memperoleh manfaat ekonomi di masa mendatang.

4) *Credit Management* (Manajemen Kredit)

Manajemen kredit berkaitan dengan kemampuan individu dalam menggunakan fasilitas pinjaman secara efektif, dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan finansial. Pengelolaan kredit yang baik membantu mengurangi kemungkinan gagal bayar dan menjaga kestabilan keuangan secara keseluruhan.

2.2.3 *Financial Literacy*

Financial literacy atau literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif. Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), menyebut literasi keuangan sebagai kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan pengambilan keputusan finansial yang tepat dan mendukung tercapainya kesejahteraan. (OECD, 2014). Lusardi dan Mitchell (2011) menekankan bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman konsep inti seperti bunga majemuk, inflasi, risiko, dan diversifikasi portofolio, yang menjadi dasar pengambilan keputusan finansial untuk jangka panjang.

Penerapan literasi keuangan sangat relevan dalam kehidupan mahasiswa, karena membantu mereka mengatur pendapatan, merencanakan pengeluaran, menyusun anggaran, melakukan investasi, dan mengantisipasi risiko finansial (Hilgert et al., 2003). Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan memadai cenderung lebih bertanggung jawab dalam perilaku finansial, seperti menabung secara rutin, menghindari utang konsumtif, dan merencanakan keuangan untuk masa depan (Lusardi & Tufano, 2015). Sebaliknya, literasi keuangan yang rendah dapat mengakibatkan keputusan finansial yang tidak tepat, tingginya utang, dan kurangnya kesiapan untuk perencanaan masa depan seperti asuransi atau dana pension (Chen & Volpe, 1998).

Beberapa studi menyebutkan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang rentan terhadap masalah keuangan karena berada dalam masa transisi dari ketergantungan finansial ke kemandirian. Kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan dapat menyebabkan perilaku konsumtif dan ketidakteraturan dalam pengeluaran (Perry & Morris, 2005). Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan di kalangan mahasiswa menjadi hal yang krusial agar mereka mampu mengambil keputusan finansial secara bijak dan bertanggung jawab.

Indikator literasi keuangan, seperti yang dinyatakan Sugiharti dan Maula (2019):

1) Kemampuan Dasar Tentang Keuangan

Pemahaman yang melibatkan serangkaian keterampilan dasar yang penting untuk mengatur, mengelola dan mengoptimalkan pengeluaran, pemasukan, tabungan dan pembiayaan.

2) Manajemen Tabungan

Manajemen tabungan merupakan proses mengoptimalkan dan mengelola dana yang disimpan untuk tujuan masa depan dengan melibatkan pengelolaan pendapatan keuangan, pengaturan dan alokasi tabungan serta pemantauan kinerja tabungan dari waktu ke waktu.

3) Manajemen Asuransi

Manajemen asuransi merupakan kegiatan pengelolaan risiko keuangan melalui pengguna produk asuransi yang mengidentifikasi resiko, penilaian kebutuhan asuransi yang sesuai dan penanganan klaim.

4) Manajemen Investasi

Manajemen investasi merupakan proses pengelolaan portofolio sumberdaya keuangan kedalam aset dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan mencapai tujuan keuangan tertentu, seperti pertumbuhan modal, pendapatan pasif, atau perlindungan nilai.

Melihat pentingnya literasi keuangan, Islam juga memberikan pedoman yang komprehensif mengenai hal tersebut. Dalam perspektif Islam, literasi keuangan memiliki dimensi spiritual dan sosial karena

terkait dengan nilai keimanan dan tanggung jawab terhadap sesama. Islam menekankan pentingnya pemahaman yang tepat dalam mengelola harta dan sumber daya, tidak hanya untuk kepentingan pribadi, tetapi juga untuk memberi manfaat bagi masyarakat serta meraih keridaan Allah. Dengan niat yang tulus, pengelolaan keuangan dapat bernilai ibadah apabila dijalankan sesuai dengan aturan-Nya. Hal ini tercermin dalam ajaran yang mendorong umat Islam untuk hidup hemat, menabung, berinvestasi secara bijak, dan menjauhi sifat boros. Pesan tentang pengelolaan keuangan yang seimbang ini diperkuat dalam Al-Qur'an, yaitu pada Q.S. Al-Isra' ayat 26 dan 27, sebagai pedoman bagi umat dalam mengatur harta secara bijak.

وَاتِّ ذَا الْفُرْبِي حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّيِّلِ وَلَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِحْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

Artinya : “*Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhanmu.*”

Berdasarkan Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), ayat ini menekankan dua perintah utama sekaligus satu larangan. Pertama, Allah memerintahkan manusia menunaikan hak-hak sosial melalui pemberian harta kepada kerabat, fakir miskin, dan musafir yang membutuhkan. Kedua, Allah melarang pemborosan (*tabdzīr*), karena

perilaku boros mencerminkan sifat setan yang durhaka dan tidak bersyukur atas nikmat Tuhan. Tafsir ini menegaskan bahwa boros bukan sekadar kesalahan ekonomi, tetapi juga penyimpangan moral yang menunjukkan lemahnya tanggung jawab spiritual terhadap harta.

Dalam konteks penelitian ini, nilai-nilai ayat tersebut menegaskan pentingnya literasi keuangan berbasis etika Islam, di mana pengelolaan harta tidak hanya menekankan efisiensi finansial, tetapi juga keberkahan dan tanggung jawab sosial. Mahasiswa yang mampu menahan diri dari konsumtif, menyalurkan sebagian rezekinya untuk kebaikan, dan memanfaatkan *digital payment* secara terarah, sesungguhnya menerapkan prinsip pengelolaan keuangan yang moderat sesuai ajaran Islam. Dengan demikian, perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) dalam perspektif syariah bukan sekadar keterampilan teknis, tetapi juga cerminan keimanan dan pengendalian diri terhadap amanah harta.

2.2.4 *Digital Payment*

Digital payment atau pembayaran digital, didefinisikan sebagai sarana pembayaran elektronik yang memanfaatkan media digital (Andriani et al., 2023). Penggunaannya menuntut setoran dana kepada penerbit, yang kemudian tersimpan di media elektronik yang tersedia. Teknologi ini menghadirkan cara baru dalam melakukan pembayaran non-tunai dengan lebih efisien dan aman.

Kemudahan yang ditawarkan digital payment memberikan rasa nyaman bagi pengguna dalam bertransaksi. Dalam pandangan Islam, kemajuan teknologi dalam transaksi keuangan tetap harus dilandasi prinsip kejujuran, keadilan, dan pencatatan yang jelas sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah ayat 282:

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَإِنُتُمْ بِدَيْنِ إِلَى أَجَلٍ مُسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya : “*Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dengan benar.*”

Allah Swt. menegaskan bahwa setiap transaksi utang harus dicatat dengan benar dan disertai saksi agar tidak menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Berdasarkan penjelasan Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), perintah tersebut menekankan nilai kejujuran, ketelitian, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas keuangan. Ayat ini juga menanamkan prinsip kehati-hatian (*prudential principle*) dalam mengelola harta agar penggunaannya tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain. Dalam konteks mahasiswa masa kini, pesan ayat ini relevan dengan praktik pengelolaan keuangan di era digital. Setiap penggunaan digital payment dan keputusan finansial sebaiknya dilakukan secara terencana, transparan, serta disertai kesadaran akan tanggung jawab pribadi, di mana individu diharapkan mampu mencatat, mengatur, dan mengontrol pengeluarannya secara bijak untuk menghindari perilaku konsumtif serta menjaga stabilitas finansial.

Menurut Karniawati et al. (2021) dan Setyaningsih et al. (2023), terdapat lima indikator utama dalam penggunaan *digital payment* yang memengaruhi perilaku individu dalam memanfaatkan teknologi finansial, yaitu:

1) *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan)

Persepsi kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa penggunaan *digital payment* tidak membutuhkan usaha yang berat. Setyaningsih et al. (2023) menjelaskan bahwa persepsi ini merupakan keyakinan individu bahwa sistem teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan, sehingga dapat menunjang efektivitas kinerja pengguna.

2) *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Teknologi keuangan seperti *digital payment* dinilai bermanfaat jika mampu memberikan nilai tambah dalam kehidupan sehari-hari penggunanya. Manfaat tersebut antara lain rasa aman, kenyamanan, efisiensi, dan kemudahan akses dalam bertransaksi. Ketika pengguna merasa bahwa sistem tersebut berguna, maka hal ini akan meningkatkan minat mereka untuk terus menggunakannya.

3) *Perceived Credibility* (Persepsi Kredibilitas)

Kredibilitas sistem merupakan faktor penting yang memengaruhi kepercayaan pengguna terhadap *digital payment*. Semakin tinggi tingkat kredibilitas atau kepercayaan terhadap sistem,

maka semakin besar pula kemungkinan seseorang akan menggunakan layanan tersebut.

4) *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Pengaruh sosial adalah dorongan dari lingkungan sekitar, seperti teman, keluarga, atau masyarakat luas, yang memengaruhi keputusan individu dalam menggunakan *digital payment*.

5) *Behavioral Intention* (Niat Perilaku/Intensitas Penggunaan)

Niat perilaku mencerminkan sejauh mana individu berencana atau berminat untuk menggunakan *digital payment* secara berkelanjutan. Faktor-faktor seperti kemudahan, manfaat, kredibilitas, dan pengaruh sosial secara bersama-sama membentuk intensi tersebut, yang pada akhirnya mendorong seseorang untuk lebih sering memanfaatkan layanan ini.

2.2.5 Perilaku Konsumtif

Menurut Deviyanti (2020), perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam melakukan pembelian secara berlebihan terhadap barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan, serta dilakukan tanpa pertimbangan yang rasional. Sementara itu, Indarto dan Dananti (2021) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pola konsumsi yang berfokus pada pemuasan keinginan daripada kebutuhan, yang berujung pada pemborosan karena kurangnya pertimbangan terhadap manfaat barang tersebut.

Diantini et al. (2021) mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif, antara lain:

1) Diskon

Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual untuk menarik minat konsumen. Potongan harga ini sering kali mendorong seseorang untuk melakukan pembelian yang tidak terencana karena merasa mendapatkan keuntungan harga, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

2) Kemasan yang Menarik

Produk dengan kemasan yang unik dan menarik memiliki daya tarik tersendiri yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kemasan yang visualnya mencolok sering kali membuat konsumen tertarik untuk membeli produk meskipun barang tersebut tidak menjadi kebutuhan utama.

3) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara individu menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk aktivitas, minat, dan opini terhadap berbagai hal. Seseorang dengan gaya hidup konsumtif cenderung melakukan pembelian untuk memenuhi citra diri atau mengikuti tren, yang berdampak pada pola pengeluaran yang tidak efisien.

4) Iklan

Iklan berperan sebagai sarana promosi untuk menarik perhatian konsumen. Melalui visual dan pesan yang persuasif, iklan

dapat memengaruhi emosi dan minat individu untuk membeli produk tertentu, meskipun produk tersebut tidak benar-benar dibutuhkan.

5) Penilaian Produk

Ulasan atau penilaian dari konsumen lain terhadap suatu produk sering dijadikan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Penilaian yang positif dapat mendorong konsumen untuk membeli, meskipun barang tersebut tidak terlalu diperlukan.

6) Citra Merek

Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap kualitas dan reputasi suatu produk. Produk dengan citra merek yang baik cenderung lebih diminati karena diasosiasikan dengan prestise atau kepercayaan, sehingga konsumen sering kali terdorong membeli produk berdasarkan mereknya tanpa mempertimbangkan kebutuhan.

Al-Qur'an secara tegas memberikan peringatan agar manusia tidak hidup berlebihan dalam memenuhi kebutuhan. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 31 :

يَبْيَّنِي أَدَمْ حُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَّكُلُونَا وَأَشْرِبُونَا وَلَا تُسْرِفُوْا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِينَ

Artinya : "Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan."

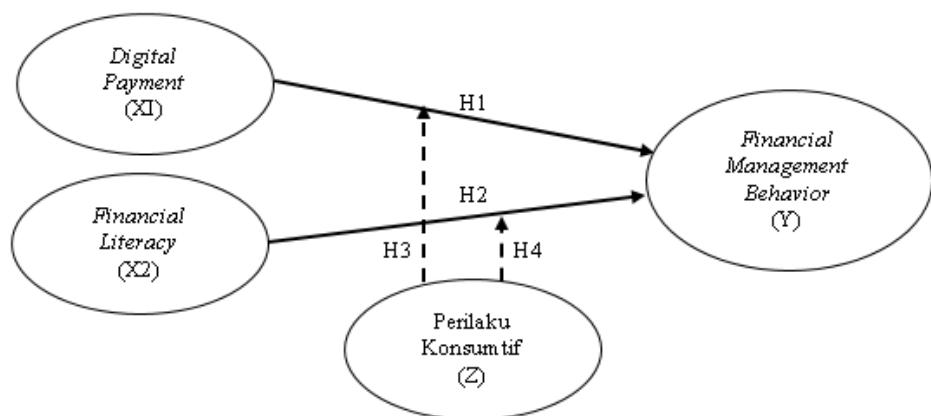
Ayat ini menegaskan pentingnya sikap sederhana dalam memenuhi kebutuhan hidup, termasuk dalam mengelola dan menggunakan harta. Berdasarkan Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), larangan berlebih-lebihan (*isrāf*) tidak hanya berlaku pada aspek makan dan minum, tetapi juga mencakup seluruh bentuk pengeluaran dan pemanfaatan harta. Pemborosan mencerminkan kurangnya pengendalian diri serta ketidaksyukuran terhadap nikmat yang diberikan Allah Swt. Dalam konteks kehidupan mahasiswa masa kini, nilai yang terkandung dalam ayat ini sangat relevan, terutama dengan munculnya perilaku konsumtif akibat kemudahan transaksi melalui digital payment. Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan kebijaksanaan dalam pengelolaan keuangan agar tidak terjebak pada gaya hidup yang berlebihan dan tidak bermanfaat. Dengan menanamkan nilai moderasi yang diajarkan ayat ini, mahasiswa diharapkan mampu membangun literasi keuangan yang berlandaskan spiritualitas, sehingga mampu menggunakan harta secara proporsional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip Islam yang menolak pemborosan.

2.3 Kerangka Konseptual

Seiring dengan meningkatnya penggunaan *digital payment* dan kesadaran finansial mahasiswa, penelitian ini bertujuan menelaah peran *digital payment* serta *financial literacy* terhadap *financial management behavior*, dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau mengurangi

pengaruh keduanya. Kerangka konseptual menggambarkan interaksi antar variabel secara sistematis, sehingga hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi pada teori manajemen keuangan dan panduan praktis bagi mahasiswa. Kerangka konseptual penelitian ini disajikan pada sebagai berikutnya :

**Gambar 2.2
Kerangka Konseptual**



Sumber : diolah peneliti, (2025)

- H1: Rahayu dan Mulyadi (2023), Hidayati dan Nugroho (2023), Nasruddin et al. (2024), Azzahraa dan Kartini (2022), Munawar et al. (2023), Moorjati dan Hertina (2025), Munawaroh et al. (2025)
- H2: Baptista dan Dewi (2021), Hidayati dan Nugroho (2023), Nasruddin et al. (2024), Azzahraa dan Kartini (2022), Munawar et al. (2023), Ningtyas (2019), Lisdiana dan Setiyono (2022), Rajagukguk dan Sari (2022), Siskawati dan Ningtyas (2022)
- H3: Rizkiyah et al. (2021), Andriani et al. (2023), Naufalia (2022), Rahayu dan Mulyadi (2023), Wahyuni dan Marseandi (2025), Butar et al. (2024)
- H4: Wahyudi dan Rochmawati (2020), Ramadhani dan Sari (2023), Lisdiana dan Setiyono (2022)

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*

Menurut Rahayu dan Mulyadi (2023) *Digital payment* dapat diartikan sebagai transaksi keuangan yang dilakukan secara non-tunai dengan memanfaatkan perangkat digital. Adanya sistem *digital payment* akan memudahkan pengguna untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan, mulai dari membayar tagihan, menabung, hingga investasi. Dengan layanan digital ini mahasiswa dapat mengalokasikan dana, serta memantau arus kas yang dilakukan secara lebih teratur, melalui kemudahan ini mahasiswa berpotensi bisa mengelola keuangannya dengan lebih disiplin. Sehingga semakin mahasiswa menggunakan *digital payment* secara bijak, maka semakin baik juga *financial management behavior* yang terbentuk. Penelitian Hidayati dan Nugroho (2023) menegaskan bahwa pembayaran *fintech* secara signifikan berdampak pada perilaku manajemen keuangan, sementara Nasruddin et al. (2024) menambahkan bahwa kombinasi pembayaran *fintech* dan aksesibilitas layanan turut memperkuat perilaku manajemen keuangan. Azzahraa dan Kartini (2022) menegaskan kontribusi positif *fintech payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Munawar et al. (2023) melaporkan pengaruh signifikan *fintech payment* selama masa pandemi. Selaras dengan penelitian Moorjati dan Hertina (2025), serta Munawaroh et al. (2025) yang menegaskan *digital payment* mendorong mahasiswa untuk lebih teratur dalam mengatur arus keuangan. Oleh karena itu, hipotesis pertama penelitian ini adalah:

H1 : *Digital payment* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*.

2.4.2 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Financial literacy adalah kemampuan seseorang dalam memahami keuangan dasar, mulai dari penganggaran, tabungan, investasi, sampai penggunaan kredit. Mahasiswa dengan *financial literacy* yang tinggi cenderung lebih baik dalam mengelola uang saku maupun sumber pendapatan lainnya. Kesalahan pengambilan keputusan finansial lebih mudah terjadi jika rendahnya tingkat literasi. Sebaliknya, ketika pemahaman tentang keuangan meningkat *financial management behavior* dapat terbangun secara konsisten. Sejalan dengan penelitian Baptista (2021) yang mengungkapkan bahwa efek positif literasi keuangan pada individu usia produktif di Semarang terhadap pengelolaan keuangan, sementara Hidayati dan Nugroho (2023) menemukan hasil serupa pada mahasiswa. Penelitian Nasruddin et al. (2024) menegaskan bahwa literasi keuangan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan finansial. Serta penelitian Azzahraa dan Kartini (2022) menambahkan bahwa terdapat kontribusi positif literasi keuangan terhadap mahasiswa di Yogyakarta. Selain itu, Munawar et al. (2023) menemukan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan selama pandemi COVID-19. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ningtyas (2019), Lisdiana dan Setiyono (2022), Rajagukguk dan Sari (2022), serta Siskawati dan Ningtyas (2022) yang menekankan pentingnya literasi

keuangan dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Berdasarkan temuan studi tersebut, maka hipotesis kedua penelitian ini adalah :

H2 : *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*.

2.4.3 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*

Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Moderasi

Kemudahan transaksi dan proses pembayaran dapat dipercepat melalui pemanfaatan *digital payment* (Rahayu & Mulyadi, 2023). Dengan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan akan meningkatkan *financial management behavior* mahasiswa karena sifatnya yang praktis dan transparan. Namun, disisi lain *digital payment* juga memungkinkan adanya perilaku konsumtif karena akses yang mudah justru mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif, sehingga kecenderungan konsumtif tersebut dapat memperlemah hubungan antara penggunaan *digital payment* dan *financial management behavior*. Penelitian Rizkiyah et al. (2021) menegaskan pengaruh signifikan *digital payment* terhadap perilaku konsumtif individu. Sejalan dengan temuan Andriani et al. (2023), Naufalia (2022), serta Rahayu dan Mulyadi (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* dapat meningkatkan kecenderungan konsumtif. Hal ini diperkuat oleh penelitian Wahyuni dan Marseandi (2025), dan Butar et al. (2024) menegaskan bahwa mahasiswa yang menggunakan *digital payment* cenderung lebih boros..

Dengan dasar tersebut, penelitian ini bertujuan menilai pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior*, dengan perilaku konsumtif berperan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan itu, hipotesis ketiga dirumuskan:

H3 : Perilaku konsumtif dapat memoderasi pengaruh *digital payment* terhadap *financial management behavior*.

2.4.4 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior* Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Moderasi

Beberapa studi menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan (*financial literacy*) tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik (Ningtyas, 2019). Akan tetapi, kenyataanya mahasiswa *dengan financial literacy* yang baik tidak selalu diikuti dengan praktik pengelolaan yang optimal. Hal ini disebabkan adanya dorongan untuk melakukan pembelian secara implusif serta berlebihan yang dapat melemahkan pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Sejalan penelitian yang dilakukan Wahyudi dan Rochmawati (2020) bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, pengaruh teman sebaya, dan kontrol diri yang rendah, sehingga penguasaan literasi keuangan saja belum tentu menjamin pengelolaan keuangan yang tepat, meskipun memiliki *financial literacy* yang baik. Penelitian Ramadhani dan Sari (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan dapat menekan perilaku konsumtif, tetapi variabel lain seperti kemudahan penggunaan *e-wallet* dan *brand image* justru dapat

mendorong sikap konsumtif. Lisdiana dan Setiyono (2022) juga menemukan bahwa perilaku konsumtif dapat berperan sebagai moderator dalam hubungan antara variabel psikologis dan pengelolaan keuangan. Hal ini memperkuat pandangan bahwa meskipun literasi keuangan mendorong pengelolaan keuangan yang baik, pengaruhnya bisa menjadi lemah ketika perilaku konsumtif mendominasi.

Dengan dasar hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*, dengan menambahkan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, hipotesis keempat dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H4 : Perilaku konsumtif dapat memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif untuk menguji hubungan antarvariabel. Pendekatan kuantitatif memungkinkan pengumpulan data numerik yang dianalisis melalui teknik statistik, matematika, maupun komputasi untuk menghasilkan informasi yang objektif dan terukur (Priadana & Sunarsi, 2021). Landasan utamanya adalah filsafat positivistik, di mana data dikumpulkan secara sistematis guna melihat pengaruh interaksi antarvariabel berdasarkan bukti empiris. Sementara itu, Pendekatan asosiatif dipilih dalam penelitian ini karena memungkinkan peneliti untuk menguji keterkaitan dan pengaruh antarvariabel secara statistik, dengan demikian bisa mendukung pengembangan teori yang mampu menjelaskan sekaligus memprediksi fenomena (Sugiyono, 2014). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan instrumen yang terstandar, kemudian dianalisis dengan statistik inferensial untuk menguji hipotesis sekaligus memastikan validitas dan generalisasi temuan (Musytari, 2023).

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa perguruan tinggi negeri di kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, serta Politeknik Negeri Malang. Fokus penelitian diarahkan pada “Peran *Digital Payment* dan *Financia Literacy* terhadap

Financial Management Behavior dengan Perilaku Konsumtif sebagai Variabel Moderasi.” Kota Malang dipilih karena dikenal sebagai pusat pendidikan tinggi dengan jumlah mahasiswa yang besar dan tingkat adopsi teknologi finansial yang semakin berkembang (Fauziah, 2024). Tujuan penelitian ini adalah menganalisis sejauh mana peran *digital payment* serta tingkat *financial literacy* memengaruhi *financial management behavior* mahasiswa, sekaligus menguji bagaimana perilaku konsumtif dapat memperkuat maupun melemahkan hubungan antarvariabel tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021), populasi diarikan sebagai keseluruhan objek atau subjek yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif strata satu yang menggunakan *digital payment* dalam aktivitas finansial sehari-hari dari beberapa perguruan tinggi negeri di kota Malang, yaitu Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, serta Politeknik Negeri Malang. Berdasarkan data Kementerian Pendidikan Kebudayaan (2025) Universitas Brawijaya yang menjadi salah satu universitas terbesar di Kota Malang terdaftar memiliki 59.892 mahasiswa, Universitas Negeri Malang terdaftar memiliki 33.776 mahasiswa, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang terdaftar memiliki 19.600 mahasiswa, dan Politeknik Negeri Malang yang terdaftar memiliki 9.561 mahasiswa. Sehingga populasi dalam penelitian ini terdapat 122.829

mahasiswa yang terdaftar di perguruan tinggi negeri kota Malang. Mahasiswa dipilih karena mereka memiliki kebebasan dalam mengelola keuangan pribadi serta dituntut untuk mampu mengatur pengeluaran secara mandiri. Mengingat jumlahnya yang besar dan memiliki karakteristik yang beragam, diperlukan teknik pengambilan sampel yang tepat agar data yang diperoleh benar-benar representatif dan mampu menggambarkan kondisi populasi secara akurat (Rangkuti, 2021).

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih secara hati-hati untuk mewakili keseluruhan populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Penggunaan sampel diperlukan karena keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga sehingga pengumpulan data secara total (populasi) tidak memungkinkan. Ukuran sampel yang tepat sangat bergantung pada tingkat keseragaman populasi, tujuan analisis, dan sumber daya yang tersedia (Amin et al., 2023). Penentuan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Slovin yang menghitung jumlah sampel berdasarkan besar populasi dan margin kesalahan yang diizinkan (Sugiyono, 2013).

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menerapkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (Sujarweni, 2014).

Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan yang diizinkan (menggunakan 10%)

Data yang diketahui :

Total populasi (N) = 122.829

Margin of error (e) = 0,1 (10%)

Langkah perhitungan :

$$n = \frac{113.268}{1 + 113.268 (0.1)^2} = 99$$

Penelitian ini menggunakan *stratified sampling* sebagai metode pengambilan sampel untuk membagi populasi ke dalam beberapa strata tertentu, kemudian pengambilan sampel dilakukan secara proporsional sesuai proporsi masing-masing strata (Sugiyono, 2018). Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan representativitas sampel sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan tingkat kepercayaan yang tinggi (Rangkuti, 2021). Pengambilan sampel dilakukan secara proporsional sesuai proporsi masing-masing strata dengan rumus:

$$nh = \frac{Nh}{N} \times n$$

Dimana :

nh = Jumlah sampel dari strata ke-h

Nh = Jumlah populasi dari strata ke-h

N = Total populasi

n = Total ukuran sampel

Data yang diketahui :

Jumlah populasi mahasiswa Universitas Brawijaya (Nh) = 59.892

Jumlah populasi mahasiswa Universitas Negeri

Malang (Nh) = 33.776

Jumlah populasi mahasiswa UIN Malang (Nh) = 19.600

Total populasi (N) = 113.268

Total ukuran sampel (n) = 100

Langkah Perhitungan :

- Mahasiswa Universitas Brawijaya :

$$nh = \frac{59.892}{122.829} \times 100 = 48,760 \text{ (dibulatkan } 49 \text{)}$$

- Mahasiswa Universitas Negeri Malang :

$$nh = \frac{33.776}{122.829} \times 100 = 27,498 \text{ (dibulatkan } 27 \text{)}$$

- Mahasiswa UIN Malang :

$$nh = \frac{19.600}{122.829} \times 100 = 15,957 \text{ (dibulatkan } 16 \text{)}$$

- Mahasiswa Politeknik Negeri Malang :

$$nh = \frac{9.561}{122.829} \times 100 = 7,783 \text{ (dibulatkan } 8 \text{)}$$

**Tabel 3. 1
Data Sampel Penelitian**

Nama Instansi	Jumlah Mahasiswa	Responden
Universitas Brawijaya	59.892	49
Universitas Negeri Malang	33.776	27
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	19.600	16
Politeknik Negeri Malang	9.561	8
Jumlah	122.829	100

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang diperlukan dari populasi sebesar 122.829 individu dengan tingkat kesalahan 10% adalah 99 responden. Untuk memudahkan, angka

tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Dengan demikian, sebanyak 100 sampel dinilai sudah cukup untuk mewakili populasi secara representatif.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus Slovin, yang diterapkan ketika jumlah populasi diketahui untuk menentukan ukuran sampel sesuai tingkat presisi yang diinginkan. Metode ini dinilai tepat karena mampu menghasilkan sampel yang representatif pada populasi yang besar.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini memanfaatkan data primer dan sekunder, untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui pengukuran dan penghitungan yang sebelumnya belum pernah dikompilasi. Dalam penelitian ini, peneliti menyasar mahasiswa perguruan tinggi negeri di kota Malang yang aktif menggunakan *digital payment*, dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui Google Form, sehingga memudahkan responden untuk berpartisipasi. Di sisi lain, data sekunder digunakan sebagai sumber tambahan untuk memperkuat analisis dan mendukung interpretasi hasil penelitian. Sumber data sekunder meliputi literatur, dokumen resmi, serta penelitian terdahulu yang relevan (Priadana & Sunarsi, 2021). Kombinasi kedua jenis data ini bertujuan untuk menciptakan dasar yang kokoh sehingga dapat disimpulkan dengan valid dan akurat mengenai

pengaruh *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* mahasiswa dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring. KBBI mendefinisikan kuesioner sebagai metode survei yang memuat sejumlah pertanyaan tertulis untuk mendapatkan tanggapan dari responden, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini selaras dengan pandangan Nurkanca (1993) yang menyatakan bahwa kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada individu untuk dijawab secara tertulis dan kemudian dikumpulkan sebagai data penelitian.

Sebagai instrumen penelitian, digunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Azwar (2002) menambahkan bahwa skala ini menilai sikap responden melalui pernyataan pro-kontra, positif-negatif, atau setuju-tidak setuju. Penelitian ini menggunakan skala 5 poin: (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Ragu-ragu, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju.

**Tabel 3. 2
Skala Alat Ukur**

Kriteria	Singkatan	Skor
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Ragu – ragu	RG	3
Setuju	ST	4
Sangat setuju	SS	5

Sumber : diolah peneliti, (2025)

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Penelitian

Sugiyono (2018), menyatakan bahwa variabel penelitian dapat diartikan sebagai setiap aspek yang ditentukan oleh peneliti untuk dikaji, agar data yang terkumpul dapat dianalisis dan digunakan untuk menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, *digital payment* dan *financial literacy* berperan sebagai variabel independen yang diasumsikan memengaruhi *financial management behavior* sebagai variabel dependen. Sementara itu, perilaku konsumtif difungsikan sebagai variabel moderasi untuk menilai sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap *financial management behavior* dapat diperkuat atau dilemahkan.

3.7.2 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 3
Definisi Operasional Variabel

NO.	Definisi Operasional Variabel	INDIKATOR	ITEM	Skala
1.	<p><i>Digital Payment</i> (X1)</p> <p><i>Digital payment</i> adalah sistem pembayaran elektronik yang memanfaatkan media digital untuk memproses transaksi. Pengguna melakukan penyetoran dana ke pihak penerbit layanan, yang kemudian disimpan dalam media elektronik yang ditentukan. Teknologi ini menghadirkan solusi pembayaran non-tunai yang lebih cepat, praktis, dan aman dibanding metode</p>	<p><i>Perceived Ease of Use</i></p> <p><i>Perceived Usefullness</i></p> <p><i>Perceived Credibility</i></p>	<p>Memudahkan transaksi karena adanya <i>digital payment</i></p> <p><i>Digital payment</i> memiliki sistem yang mudah dipelajari</p> <p><i>Digital payment</i> menyediakan fitur yang sesuai kebutuhan pengguna</p> <p>Transaksi menjadi lebih praktis dengan memanfaatkan <i>digital payment</i></p> <p>Menggunakan <i>digital payment</i> terasa lebih aman dalam bertransaksi.</p> <p><i>Digital payment</i> memberikan notifikasi saat saldo berkurang</p>	1 -5

	konvensional (Andriani et al., 2023).	<i>Social Influence</i> (Karniawati et al.202 ; Setyaningsih et al. 2023)	Lingkungan pertemanan mendorong penggunaan <i>digital payment</i> Iklan di media mendorong penggunaan <i>digital payment</i> Frekuensi penggunaan <i>digital payment</i> lebih dari lima kali Penggunaan <i>digital payment</i> umum dilakukan pada transaksi belanja <i>online</i> maupun <i>offline</i>	
2.	<i>Financial Literacy</i> (X2) <i>Financial literacy</i> atau literasi keuangan dapat dipahami sebagai kemampuan individu untuk memahami dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang berkaitan dengan aspek keuangan, yang kemudian digunakan untuk mengambil keputusan finansial yang tepat dalam kehidupan sehari-hari. Konsep literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar seperti pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi, tetapi juga meliputi kemampuan untuk mengidentifikasi risiko serta bersikap rasional dalam mengelola sumber daya keuangan demi meningkatkan kesejahteraan dan stabilitas finansial (Lusardi dan Mitchell, 2007).	Kemampuan dasar tentang keuangan Manajemen tabungan Manajemen asuransi Manajemen investasi (Sugiharti dan Maula, 2019)	Pengelolaan keuangan yang baik membantu membuat perencanaan jangka pendek dan jangka panjang Evaluasi keuangan membantu mengetahui adanya kesalahan dalam perencanaan keuangan Tabungan adalah kelebihan pendapatan yang tersisa setelah kebutuhan terpenuhi Aset paling likuid dalam rekening tabungan adalah uang. Salah satu manfaat asuransi adalah meminimalisir risiko keuangan. Asuransi bertujuan melindungi diri dari kerugian yang terjadi Dividen merupakan salah satu bentuk keuntungan dari investasi saham. Investasi adalah penanaman modal yang diharapkan memberi keuntungan di masa depan.	1 -5
3.	Perilaku Konsumtif (Z)	Diskon	Pembelian produk dipengaruhi oleh potongan harga	1 -5

	Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang dalam melakukan pembelian secara berlebihan terhadap barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan, serta dilakukan tanpa pertimbangan yang rasional (Deviyanti 2020).		Pembelian produk dipengaruhi oleh hadiah yang ditawarkan	
		Kemasan yang menarik	Desain kemasan produk memengaruhi keputusan pembelian	
			Pembelian dilakukan tanpa memperhatikan manfaat produk	
		Gaya hidup	Produk dibeli untuk menunjang penampilan	
			Pembelian produk dilakukan untuk mengikuti tren yang ada	
		Iklan	Promosi produk melalui iklan memengaruhi keputusan membeli	
			Model iklan memengaruhi minat membeli produk	
		Penilaian produk	Penilaian dan rating tinggi memengaruhi pembelian produk	
			Rekomendasi teman memengaruhi keputusan membeli produk	
		Citra Merek (Diantini et al.2021)	Konsumen sering membeli produk sejenis dari merek berbeda	
			Pembelian produk dilakukan secara konsisten pada merek yang sama	
4.	<i>Financial Management Behavior</i> (Y) <i>Financial management behavior</i> merujuk pada kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara menyeluruh, termasuk kegiatan seperti perencanaan, penganggaran, pengawasan, pengelolaan, pengendalian, serta penyimpanan dana yang	<i>consumption</i>	Pembelian barang didahului dengan pertimbangan yang matang	1-5
			Pengeluaran bulanan diatur dengan baik	
		<i>cash – flow managemen</i>	Keuangan pribadi dikelola dengan membuat anggaran bulanan	
			Pengeluaran selalu dikendalikan dengan baik	

	digunakan dalam kehidupan sehari-hari (Kholilah & Iramani, 2013).	<i>Saving and investment</i>	Sebagian pendapatan dialokasikan untuk tabungan	
			Dana disiapkan untuk kebutuhan masa depan	
		<i>Credit management</i> (Herdjiono dan Damaik 2016).	agihan bulanan diselesaikan sesuai jadwal	
			Pinjaman dikelola dengan baik	

Sumber : diolah peneliti, (2025)

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Penggunaan PLS versi 3.3 dipilih karena metode ini sesuai untuk analisis statistik multivariat yang melibatkan satu atau lebih variabel secara simultan. Model penelitian ini mencakup beberapa jenis variabel, yaitu variabel independen, variabel moderasi, dan variabel dependen. Oleh karena itu, menurut Muhsin (2022) pemilihan PLS sebagai metode analisis didasarkan pada beberapa pertimbangan yang dijelaskan sebagai berikut. :

- 1) Pengujian hubungan antarvariabel yang menjadi fokus penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan Smart PLS. Melalui metode ini, pengaruh *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* dapat dianalisis dengan melibatkan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi.
- 2) Data yang diukur menggunakan skala Likert dapat diolah dengan menggunakan Smart PLS. Oleh karena itu, mengingat data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert, metode tersebut dinilai sesuai dan efektif untuk digunakan

Berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan, penelitian ini mencakup tiga tahapan utama, yakni evaluasi pengukuran model (*outer model*), evaluasi model struktural (*inner model*), dan pengujian hipotesis.

1) Evaluasi Pengukuran Model (*Outer Model*)

Tahap outer model bertujuan untuk menilai validitas serta reliabilitas indikator yang digunakan dalam mengukur konstruk variabel. Beberapa aspek penting yang diuji pada tahap ini antara lain:

a. *Convergent Validity*

Validitas konvergen mencerminkan sejauh mana setiap indikator merepresentasikan variabel laten yang dimaksud. Menurut Muhsin (2022), nilai loading factor idealnya di atas 0,7. Namun, Hamid dan Anwar (2019) menyatakan bahwa nilai *loading factor* antara 0,6–0,7 masih dapat diterima.

b. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan menunjukkan kualitas instrumen dengan membandingkan *cross loading* indikator pada variabelnya sendiri dengan variabel lain. Selain itu, validitas ini dapat diukur menggunakan *Average Variance Extracted* (AVE), di mana nilai AVE di atas 0,5 dianggap memadai, mencerminkan proporsi varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk (Muhsin, 2022).

c. *Composite Reliability*

Composite reliability digunakan untuk memastikan konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Selain *Cronbach's alpha*, *composite reliability* merupakan indikator utama reliabilitas, di mana nilai

di atas 0,70 dianggap menunjukkan instrumen yang dapat diandalkan (Hamid & Anwar, 2019).

2) Struktur Model (*Inner Model*)

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Evaluasi pada tahap ini dilakukan melalui tiga pengujian yaitu pengujian nilai *R-Square*, yang menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen. Secara umum, nilai *R-Square* dapat dikategorikan sebagai berikut: 0,75 menunjukkan pengaruh kuat, 0,50 pengaruh sedang, dan 0,25 pengaruh lemah (Hamid & Anwar, 2019).

Kedua pengujian *F-square* yang mengukur seberapa besar pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Nilai 0,02 dianggap memiliki efek kecil, 0,15 menunjukkan efek sedang, dan 0,35 menunjukkan efek besar, sedangkan nilai di bawah 0,02 dianggap tidak berpengaruh signifikan.

Dan *Q-square* yang digunakan untuk menilai relevansi prediktif model. Apabila nilai *Q-square* lebih besar dari nol, maka model memiliki relevansi prediktif yang baik, sedangkan nilai kurang dari atau sama dengan nol menunjukkan tidak adanya relevansi prediktif.

3) Uji Hipotesis

Hipotesis diuji menggunakan metode *resampling bootstrap*, yang membandingkan nilai *t-statistik* dengan *t-tabel*. Hipotesis dianggap signifikan jika *t-statistik* melebihi 1,98. Metode ini memiliki keunggulan karena tidak mengharuskan data berdistribusi normal (Muhson, 2022).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Malang merupakan salah satu kota besar di Provinsi Jawa Timur yang dikenal luas sebagai kota pendidikan. Kota ini menjadi tujuan utama bagi mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia untuk menempuh studi, karena lingkungannya yang mendukung kegiatan akademik. Secara administratif, Kota Malang terdiri dari 5 kecamatan dan 57 kelurahan dengan luas wilayah sekitar 110,06 km². Letaknya yang berada di dataran tinggi menjadikan Malang memiliki iklim sejuk serta lingkungan yang nyaman bagi aktivitas sosial dan kehidupan masyarakat kota.

Julukan “Tri Bina Cita Kota Malang” mencerminkan tiga pilar pembangunan utama kota ini, yaitu pendidikan, industri, dan pariwisata. Julukan tersebut bukan sekadar semboyan, tetapi telah menjadi identitas yang melekat kuat dalam kehidupan masyarakat. Keberadaan berbagai perguruan tinggi negeri ternama seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dan Politeknik Negeri Malang memperkuat posisi Malang sebagai pusat kegiatan akademik di Jawa Timur. Keempat perguruan tinggi ini juga menjadi lokasi pengambilan data penelitian karena merepresentasikan mahasiswa dari beragam latar belakang sosial, ekonomi, dan budaya.

Selain dikenal sebagai pusat pendidikan, Malang juga menunjukkan perkembangan ekonomi yang cukup pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Masyarakat, khususnya mahasiswa, mulai beralih dari sistem transaksi konvensional menuju sistem pembayaran digital (*digital payment*). Penggunaan *platform* seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay semakin meluas di kalangan generasi muda, mencerminkan gaya hidup yang praktis, cepat, dan efisien. Fenomena ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Kota Malang memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi finansial.

Kondisi tersebut menjadikan Kota Malang sangat relevan sebagai lokasi penelitian mengenai peran *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* mahasiswa, dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. Sebagai kota yang dikenal terbuka terhadap inovasi dan memiliki masyarakat yang aktif secara ekonomi digital, Malang memberikan gambaran yang ideal untuk meneliti bagaimana mahasiswa mengelola keuangan pribadinya di tengah kemajuan teknologi finansial yang terus berkembang.

4.1.2 Gambaran Karakteristik Responden

Berdasarkan pengisian data yang telah dilakukan oleh responden, berikut peneliti memaparkan karakteristik yang berupa:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Uraian berikut menyajikan gambaran singkat mengenai profil responden berdasarkan kategori jenis kelamin:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Presentase (%)	Jumlah Responden
Laki-laki	53%	53
Perempuan	47%	47
Total	100%	100

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Pada tabel 4.1 data menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 53 orang atau 53% dari keseluruhan partisipan. Sementara itu, responden perempuan sebanyak 47 orang atau setara dengan 47% dari total responden. Secara keseluruhan, jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah 100 orang.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Instansi

Uraian berikut menyajikan gambaran singkat mengenai profil responden berdasarkan kategori asal instansi:

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Jenis Asal Instansi

Nama Instansi	Presentase (%)	Jumlah Responden
Universitas Brawijaya	49%	49
Universitas Negeri Malang	27%	27
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	16%	16
Politeknik Negeri Malang	8%	8
Jumlah	100%	100

Sumber: diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 menyatakan bahwa mayoritas responden berasal dari Universitas Brawijaya dengan jumlah 49 orang (49%). Responden dari Universitas Negeri Malang tercatat sebanyak 27 orang

(27%), diikuti oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebanyak 16 orang (16%). Sedangkan responden dari Politeknik Negeri Malang berjumlah 8 orang (8%). Dengan demikian, total responden dalam penelitian ini berjumlah 100.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Penggunaan Dompet Digital

Uraian berikut menyajikan gambaran singkat mengenai profil responden berdasarkan kategori pengalaman penggunaan dompet digital:

Tabel 4. 3
Karakter Responden Pengalaman Penggunaan Dompet Digital

Frekuensi Penggunaan Dompet Digital	Presentase (%)	Jumlah Responden
Kurang dari 1 Tahun	4%	4
1 - 3 Tahun	31%	31
Lebih dari 3 Tahun	68%	68
Total	100%	100

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden telah menggunakan dompet digital selama lebih dari 3 tahun yaitu sebanyak 68 orang (68%). Selanjutnya responden yang menggunakan dompet digital selama 1–3 tahun berjumlah 31 orang (31%) , sedangkan responden yang baru menggunakan dompet digital selama kurang dari 1 tahun berjumlah 4 orang (4%) . Secara keseluruhan, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Artinya sebagian besar responden sudah memiliki pengalaman dan

pemahaman yang cukup mengenai penggunaan dompet digital, sehingga persepsi dan perilaku mereka cenderung mencerminkan pengguna yang sudah terbiasa dengan teknologi tersebut.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan kuesioner penelitian yang telah diisi oleh responden, maka diperoleh data penelitian sebagai berikut:

4.2.1 Distribusi Frekuensi Variabel *Digital Payment*

Tabel 4. 4
Frekuensi Jawaban Responden Terkait Variabel *Digital Payment*

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Modus
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	DP1	0	0%	3	3%	16	16%	30	30%	51	51%	5
2	DP2	0	0%	12	12%	29	29%	25	25%	34	34%	5
3	DP3	0	0%	16	16%	26	26%	23	23%	35	35%	5
4	DP4	0	0%	23	23%	27	27%	17	17%	33	33%	5
5	DP5	1	1%	11	11%	37	37%	24	24%	27	27%	3
6	DP6	3	3%	15	15%	34	34%	15	15%	33	33%	3
7	DP7	7	7%	13	13%	33	33%	22	22%	25	25%	3
8	DP8	5	5%	22	22%	46	46%	16	16%	11	11%	3
9	DP9	0	0%	5	5%	11	11%	27	27%	57	57%	5
10	DP10	1	1%	4	4%	20	20%	36	36%	39	39%	5

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.4 menunjukkan variabel *Digital Payment* (DP), terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Item DP9 menunjukkan respon paling kuat dengan, dimana 57% responden menyatakan sangat

setuju. Temuan ini mencerminkan tingginya intensitas penggunaan layanan pembayaran digital dan sejalan dengan indikator *Behavioral Intention*. Item DP1 juga menampilkan pola serupa yaitu sebanyak 51% responden sangat setuju bahwa transaksi digital mudah dilakukan, sesuai dengan indikator *Perceived Ease of Use*.

Namun, tidak semua indikator memperoleh respons yang kuat. Item DP8, misalnya, didominasi oleh jawaban netral sebesar 46% dengan modus 3. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi responden mengenai *Social Influence* terutama terkait pengaruh teman, keluarga, atau promosi belum terbentuk secara jelas. Pola yang sama tampak pada DP6 dan DP7, yang juga memiliki persentase netral yang tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sikap responden terhadap aspek kenyamanan maupun faktor eksternal dalam penggunaan pembayaran digital masih cenderung moderat.

Secara menyeluruh, variabel DP mencerminkan bahwa penggunaan *digital payment* sudah cukup optimal pada aspek kemudahan, kecepatan, dan intensitas pemakaian. Meski demikian, indikator yang berkaitan dengan pengaruh sosial, kenyamanan emosional, dan faktor eksternal lainnya masih memerlukan penguatan. Melalui peningkatan edukasi, sosialisasi, serta kampanye penggunaan yang lebih terarah, persepsi responden terhadap aspek-aspek tersebut diharapkan dapat berkembang secara lebih positif sehingga pemanfaatan layanan *digital payment* dapat berjalan lebih efektif dan berkelanjutan.

4.2.2 Distribusi Frekuensi Variabel *Financial Literacy*

Tabel 4. 5
Frekuensi Jawaban Responden Terkait Variabel *Financial Literacy*

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Modus
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	FL1	2	2%	7	7%	14	14%	30	30%	47	47%	5
2	FL2	2	2%	8	8%	16	16%	33	33%	41	41%	5
3	FL3	2	2%	7	7%	21	21%	29	29%	41	41%	5
4	FL4	3	3%	6	6%	21	21%	35	35%	35	35%	5
5	FL5	5	5%	20	20%	20	20%	34	34%	21	21%	4
6	FL6	7	7%	23	23%	22	22%	33	33%	15	15%	4
7	FL7	5	5%	15	15%	22	22%	33	33%	25	25%	4
8	FL8	6	6%	16	16%	18	18%	31	31%	29	29%	4

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.5 menunjukan variabel *Financial Literacy* (FL), terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi keuangan yang tergolong baik. Butir FL1, FL2, FL3, dan FL4 menunjukkan modus 5 dengan persentase sangat setuju yang cukup tinggi masing-masing 47%, 41%, 41%, dan 35%. Temuan ini menunjukkan bahwa responden merasa memahami konsep dasar pengelolaan keuangan, termasuk pengaturan keuangan pribadi, pencatatan, serta perencanaan keuangan.

Di sisi lain, beberapa item menunjukkan kecenderungan nilai tengah. FL5, FL6, FL7, dan FL8 memiliki modus 4, yang berarti mayoritas responden berada pada kategori setuju , namun dengan pola sebaran jawaban yang lebih beragam dibandingkan item sebelumnya. Pada FL6 misalnya, 23% responden memilih tidak setuju dan 22% memilih netral , mencerminkan bahwa sebagian responden masih kurang yakin terhadap

kemampuan mereka dalam membuat keputusan finansial yang lebih kompleks, termasuk evaluasi risiko dan pemahaman terhadap instrumen keuangan tertentu.

Secara keseluruhan, hasil pada variabel FL menunjukkan bahwa responden memiliki literasi keuangan dasar yang baik. Meskipun demikian, kemampuan yang bersifat lanjutan seperti analisis risiko, pemahaman produk keuangan yang lebih kompleks, serta pengambilan keputusan investasi masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan program edukasi lanjutan berupa pelatihan pengelolaan keuangan, seminar literasi keuangan, serta modul pembelajaran yang lebih aplikatif untuk memperkuat kemampuan responden dalam mengelola keuangan secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

4.2.3 Distribusi frekuensi Variabel *Financial Management Behavior*

Tabel 4. 6
Frekuensi Jawaban Responden Terkait Variabel *Financial Management Behavior*

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Modus
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	FMB1	6	6%	8	8%	6	6%	22	22%	58	58%	5
2	FMB2	2	2%	11	11%	14	14%	33	33%	40	40%	5
3	FMB3	3	3%	11	11%	19	19%	32	32%	35	35%	5
4	FMB4	5	5%	13	13%	20	20%	33	33%	29	29%	4
5	FMB5	3	3%	15	15%	23	23%	25	25%	34	34%	5
6	FMB6	1	1%	10	10%	38	38%	33	33%	18	18%	3
7	FMB7	4	4%	13	13%	19	19%	22	22%	42	42%	5
8	FMB8	5	5%	7	7%	26	26%	21	21%	41	41%	5

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.6 menunjukan variabel *Financial Management Behavior* (FMB), terlihat bahwa sebagian besar responden memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik. Item FMB1 menunjukkan modus 5, dengan 58% responden memilih sangat setuju . Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden sudah disiplin dalam mengelola keuangan, seperti membuat pencatatan atau menetapkan rencana pengeluaran. Pola serupa juga tampak pada FMB2, FMB3, FMB5, FMB7, dan FMB8 yang memiliki modus 5 , menunjukkan kecenderungan perilaku positif yang konsisten dalam aspek perencanaan, pengendalian, dan evaluasi keuangan.

Namun demikian, tidak semua item menunjukkan hasil yang maksimal. FMB6 memiliki modus 3 , dengan 38% responden berada pada kategori netral. Hal ini menandakan bahwa sebagian responden belum sepenuhnya memiliki kebiasaan yang kuat dalam hal tertentu, seperti mengeluarkan dana secara berkala atau mengantisipasi risiko finansial. Kecenderungan jawaban netral mengingatkan bahwa perilaku ini mungkin belum menjadi rutinitas atau responden kurang yakin terhadap konsistensi pengelolaan keuangan mereka dalam situasi tertentu. FMB4 juga menunjukkan variasi jawaban yang lebih tersebar, dengan modus 4, menandakan bahwa sebagian responden sudah menunjukkan perilaku yang baik namun masih terdapat area yang memerlukan penguatan.

Secara keseluruhan temuan pada variabel FMB menunjukkan bahwa perilaku pengelolaan keuangan responden berada pada kategori baik dan

relatif stabil, terutama pada aspek perencanaan dan pengendalian keuangan. Meskipun demikian, beberapa perilaku seperti evaluasi berkala, mitigasi risiko keuangan, serta konsistensi dalam melakukan pemantauan keuangan masih perlu ditingkatkan. Upaya edukasi keuangan lebih lanjut, pelatihan pengelolaan anggaran, dan penerapan penerapan pencatatan keuangan dapat menjadi langkah strategi untuk meningkatkan konsistensi dan kualitas perilaku pengelolaan keuangan responden secara lebih optimal dan berkelanjutan.

4.2.4 Distribusi frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif

Tabel 4. 7
Frekuensi Jawaban Responden Terkait Variabel Perilaku Konsumtif

No	Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju		Modus
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	PK1	5	5%	7	7%	11	11%	19	19%	58	58%	5
2	PK2	8	8%	10	10%	13	13%	27	27%	42	42%	5
3	PK3	6	6%	6	6%	11	11%	32	32%	45	45%	5
4	PK4	13	13%	6	6%	11	11%	20	20%	50	50%	5
5	PK5	6	6%	10	10%	17	17%	27	27%	40	40%	5
6	PK6	9	9%	9	9%	19	19%	22	22%	41	41%	3
7	PK7	13	13%	24	24%	27	27%	22	22%	14	14%	3
8	PK8	13	13%	25	25%	26	26%	19	19%	17	17%	3
9	PK9	6	6%	9	9%	14	14%	19	19%	52	52%	5
10	PK10	6	6%	7	7%	17	17%	27	27%	43	43%	5
11	PK11	5	5%	7	7%	19	19%	33	33%	36	36%	5
12	PK12	10	10%	18	18%	28	28%	22	22%	22	22%	3

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.7 menunjukkan variabel Perilaku Konsumtif (PK), terlihat bahwa sebagian besar item mencerminkan tingkat konsumtif yang cukup tinggi. Item PK1 menunjukkan modus 5 dengan 58%

responden memilih sangat setuju, yang mengindikasikan bahwa dorongan membeli berdasarkan keinginan cukup dominan. Pola serupa juga muncul pada PK2, PK3, PK4, PK5, PK9, PK10, dan PK11 yang sama-sama memiliki modus 5 dengan persentase sangat setuju yang besar. Temuan ini menunjukkan kuatnya kecenderungan konsumsi impulsif, orientasi pada gaya hidup, serta keputusan pembelian yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan.

Namun, beberapa item menunjukkan kecenderungan yang lebih moderat. PK6, PK7, PK8, dan PK12 memiliki modus 3 yang menandakan dominasi jawaban netral serta persentase tidak setuju dan sangat tidak setuju yang relatif tinggi. Pada PK7 dan PK8, misalnya masing-masing 24% dan 25% responden, artinya responden tidak selalu dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti promosi atau tekanan lingkungan dalam melakukan pembelian. Sementara itu, distribusi jawaban pada PK12 lebih seimbang, yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tertentu seperti pembelian berlebihan atau belanja emosional tidak dimiliki oleh seluruh responden.

Secara keseluruhan, variabel PK menunjukkan bahwa perilaku konsumtif responden cenderung tinggi, terutama pada aspek pembelian impulsif, pencarian kepuasan emosional melalui konsumsi, dan preferensi terhadap gaya hidup. Meski demikian, indikator yang berkaitan dengan pengaruh promosi, tekanan sosial, dan kecenderungan belanja berlebihan masih menunjukkan variasi yang cukup besar. Hal ini menegaskan bahwa tidak semua responden memiliki kecenderungan konsumtif yang sama

dalam berbagai situasi. Oleh karena itu, diperlukan edukasi keuangan dan peningkatan kesadaran mengenai pengelolaan keuangan yang lebih bijak agar responden mampu mengendalikan dorongan konsumtif serta lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari.

4.3 Hasil Analisis Data Dengan Smartpls

4.3.1 Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator yang merepresentasikannya. Evaluasi *outer model* umumnya dilakukan melalui Algoritma PLS. Dalam proses tersebut, pendekatan *Multi Trait Multi Method* (MTMM) diterapkan untuk menilai validitas konvergen dan diskriminan. Selain itu, tahapan analisis juga mencakup pengujian reliabilitas dan validitas. Menurut Ghozali dan Latan (2014) pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan dua ukuran utama, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*.

1) *Convergent Validity*

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator mampu merepresentasikan variabel laten yang diukurnya. Pengujian ini dilakukan dengan menilai korelasi antara skor konstruk dan skor tiap indikator. Menurut (Muhson, 2022) nilai *loading factor* yang ideal

sebaiknya lebih dari 0,7. Namun, Hamid dan Anwar (2019) menyatakan bahwa nilai *loading factor* antara 0,6 hingga 0,7 masih dapat diterima.

**Tabel 4. 8
Outer Loading**

Variabel	Indikator	Item
<i>Digital Payment (X1)</i>	DP.1	DP.1
	DP.2	DP.2
	DP.3	DP.3
	DP.4	DP.4
	DP.5	DP.5
	DP.6	DP.6
	DP.7	DP.7
	DP.8	DP.8
	DP.9	DP.9
	DP.10	DP.10
<i>Financial Literacy (X2)</i>	FL.1	FL.1
	FL.2	FL.2
	FL.3	FL.3
	FL.4	FL.4
	FL.5	FL.5
	FL.6	FL.6
	FL.7	FL.7
	FL.8	FL.8
<i>Perilaku Konsumtif (Z)</i>	PK.1	PK.1
	PK.2	PK.2
	PK.3	PK.3
	PK.4	PK.4
	PK.5	PK.5
	PK.6	PK.6
	PK.7	PK.7
	PK.8	PK.8
	PK.9	PK.9
	PK.10	PK.10
	PK.11	PK.11
	PK.12	PK.12
<i>Financial Management Behavior (Y)</i>	FMB.1	FMB.1
	FMB.2	FMB.2
	FMB.3	FMB.3

	FMB.4		FMB.4
FMB.5		<i>Saving and investment</i>	FMB.5
			FMB.6
FMB.7		<i>Credit management</i>	FMB.7
			FMB.8

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel 4.8 terdapat beberapa indikator item dengan nilai *loading factor* dibawah 0,6 sehingga harus dieliminasi, pada tahap pertama yaitu DP2 (*perceived ease of use*), DP4 (*perceived usefulness*), FL4 (manajemen tabungan), PK7 (iklan) dan PK12 (penilaian produk). Dan pada tahap kedua, yaitu DP8 (*social influence*), DP9 (*behavior interntions*), PK8 (iklan), dan PK 11 (penilaian produk). Indikator-indikator tersebut tidak memenuhi syarat validitas konvergen, sehingga perlu dihapus dari model untuk memastikan bahwa hanya indikator dengan kontribusi yang cukup terhadap variabel laten yang dipertahankan.

Tabel 4. 9
Outer Loading (sesudah dieliminasi)

Variabel		Nilai	Keterangan	Indikator	Item	Nilai	Keterangan	
<i>Digital Payment (X1)</i>	DP.1	0.659	Valid	<i>Perceived Ease of Use</i>	DP.1	1.000	Valid	
	DP.3	0.791	Valid	<i>Perceived Usefullnes</i>	DP.3	1.000	Valid	
	DP.5	0.820	Valid	<i>Perceived Credibility</i>	DP.5	0.906	Valid	
	DP.6	0.836	Valid		DP.6	0.910	Valid	
				<i>Social Influence</i>	DP.7	0.897	Valid	
					DP.8	0.897	Valid	
				<i>Behavior Interntions</i>	DP.9	0.833	Valid	
	DP.10	0.751	Valid		DP.10	0.924	Valid	
	<i>Financial Literacy (X2)</i>	FL.1	0.765	Valid	Kemampuan dasar tentang keuangan	FL.1	0.936	Valid
		FL.2	0.754	Valid		FL.2	0.934	Valid

	FL.3	0.687	Valid	Manajemen tabungan	FL.3	1.000	Valid
Perilaku Konsumtif (Z)	FL.5	0.830	Valid	Manajemen asuransi	FL.5	0.954	Valid
	FL.6	0.817	Valid		FL.6	0.953	Valid
	FL.7	0.774	Valid	Manajemen investasi	FL.7	0.960	Valid
Financial Management Behavior (Y)	FL.8	0.769	Valid		FL.8	0.960	Valid
	PK.1	0.887	Valid	Diskon	PK.1	0.938	Valid
	PK.2	0.902	Valid		PK.2	0.941	Valid
	PK.3	0.860	Valid	Kemasan yang menarik	PK.3	0.902	Valid
	PK.4	0.847	Valid		PK.4	0.898	Valid
	PK.5	0.826	Valid	Gaya hidup	PK.5	0.931	Valid
	PK.6	0.692	Valid		PK.6	0.899	Valid
				Iklan	PK.8	1.000	Valid
	PK.9	0.747	Valid	Penilaian Produk	PK.9	0.910	Valid
	PK.10	0.748	Valid		PK.10	0.909	Valid
				Citra merek	PK.11	1.000	Valid
Financial Management Behavior (Y)	FMB.1	0.743	Valid	Consumtion	FMB.1	0.877	Valid
	FMB.2	0.788	Valid		FMB.2	0.891	Valid
	FMB.3	0.800	Valid	Cash-flow management	FMB.3	0.900	Valid
	FMB.4	0.803	Valid		FMB.4	0.901	Valid
	FMB.5	0.817	Valid	Saving and investment	FMB.5	0.920	Valid
	FMB.6	0.677	Valid		FMB.6	0.881	Valid
	FMB.7	0.781	Valid	Credit management	FMB.7	0.908	Valid
	FMB.8	0.661	Valid		FMB.8	0.869	Valid

Sumber : diolah peneliti, (2025)

2) Discriminant Validity

Pengujian validitas diskriminan dalam Smart-PLS umumnya dilakukan melalui analisis *Fornell–Larcker criterion* dan *cross loading*. Validitas diskriminan dinyatakan terpenuhi apabila korelasi antara suatu konstruk dengan indikatornya tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi indikator tersebut terhadap konstruk lain. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) kualitas *cross loading* dinilai baik ketika setiap indikator

menunjukkan nilai yang lebih tinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Tabel 4. 10
Fornell-Lacker Criterion Digital Payment

	DP	DP1	DP2	DP3	DP4	DP5
DP	0.774					
DP1	0.659	1.000				
DP2	0.791	0.388	1.000			
DP3	0.912	0.433	0.667	0.908		
DP4	0.309	0.188	0.269	0.314	0.897	
DP5	0.740	0.471	0.423	0.579	0.222	0.880

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Dari hasil analisis pada tabel 4.10 di atas menyatakan nilai *Fornell-Larcker Criterion* untuk variabel *digital payment* adalah sebesar 0,774, yang nilainya lebih besar dibandingkan korelasinya terhadap variabel lainnya. Nilai tersebut juga diperkuat oleh indikator-indikator pembentuk variabel *digital payment*. Indikator *Perceived Ease of Use* (DP1) memiliki korelasi tertinggi sebesar 1,000 terhadap variabel *digital payment*, dibandingkan korelasinya terhadap variabel lainnya. Indikator *Perceived Usefulness* (DP2) juga menunjukkan korelasi sebesar 1,000, diikuti oleh *Perceived Credibility* (DP3) dengan nilai 0,908, *Social Influence* (DP4) sebesar 0,897, serta *Behavior Intentions* (DP5) sebesar 0,880. Seluruh indikator tersebut memiliki nilai korelasi paling tinggi terhadap konstruk *digital payment* sehingga dapat dipahami bahwa indikator DP1 hingga DP5 telah merefleksikan konstruk *digital payment* secara konsisten.

Tabel 4. 11
Fornell-Lacker Criterion Financial Literacy

	FL	FL1	FL2	FL3	FL4
FL	0.772				
FL2	0.812	0.935			
FL3	0.687	0.664	1.000		
FL4	0.864	0.510	0.425	0.953	
FL5	0.804	0.426	0.315	0.725	0.960

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Dari hasil analisis pada tabel 4.11 di atas menyatakan nilai nilai *Fornell-Larcker Criterion* untuk variabel *financial literacy* sebesar 0,772, yang juga lebih besar dibandingkan korelasinya terhadap variabel lainnya. Nilai tersebut diperkuat oleh indikator-indikator penyusunnya. Indikator Kemampuan dasar tentang keuangan (FL2) memiliki korelasi sebesar 0,935, indikator Manajemen tabungan (FL3) sebesar 1,000, indikator Manajemen investasi (FL4) sebesar 0,953, dan indikator Manajemen asuransi (FL5) sebesar 0,960. Seluruh indikator tersebut memiliki nilai korelasi tertinggi terhadap variabel *financial literacy*, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 4. 12
Fornell-Lacker Criterion Perilaku Konsumtif

	PK	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6
PK	0.817						
PK1	0.952	0.939					
PK2	0.949	0.914	0.900				
PK3	0.835	0.695	0.775	0.915			
PK4	0.291	0.242	0.304	0.362	1.000		
PK5	0.822	0.759	0.670	0.519	0.130	0.909	

PK6	0.496	0.481	0.495	0.414	0.220	0.370	1.000
-----	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Hasil analisis pada tabel 4.12 di atas menyatakan bahwasannya nilai variabel perilaku konsumtif terhadap variabel perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 0,817, di mana nilai tersebut lebih besar dibandingkan korelasinya terhadap variabel lainnya. Hasil ini didukung oleh indikator-indikator pembentuk variabel perilaku konsumtif. Indikator Diskon (PK1) memiliki nilai korelasi sebesar 0,939, indikator Kemasan yang menarik (PK2) sebesar 0,900, indikator Gaya hidup (PK3) sebesar 0,915, indikator Iklan (PK4) sebesar 1,000, indikator Penilaian Produk (PK5) sebesar 0,909, serta indikator Citra merek (PK6) sebesar 1,000. Seluruh indikator menunjukkan korelasi tertinggi pada konstruk perilaku konsumtif, sehingga semakin memperkuat *validitas diskriminan* variabel tersebut.

Tabel 4. 13
Fornell-Lacker Criterion Financial Management Behavior

	FMB	FMB1	FMB2	FMB3	FMB4
FMB	0.761				
FMB1	0.867	0.884			
FMB2	0.890	0.743	0.900		
FMB3	0.835	0.604	0.661	0.901	
FMB4	0.815	0.598	0.616	0.585	0.889

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Dari hasil analisis tabel 4.13 di atas menggambarkan bahwasannya nilai variabel *financial management behavior* terhadap variabel *financial management behavior* memiliki nilai sebesar 0,761,

yang nilainya lebih besar dibandingkan korelasi variabel tersebut terhadap variabel lainnya. Indikatornya juga mengindikasikan konsistensi dengan baik, di mana indikator *Cash-flow management* (FMB1) memiliki nilai korelasi sebesar 0,884, indikator *Saving and investment* (FMB2) sebesar 0,900, indikator *Credit management* (FMB3) sebesar 0,901, serta indikator *Consumption* (FMB4) sebesar 0,889. Masing-masing indikator tersebut menunjukkan nilai korelasi tertinggi terhadap konstruk *financial management behavior*. Dengan demikian nilai-nilai *Fornell-Larcker Criterion* di atas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel serta indikator yang telah diajukan dapat dinyatakan valid.

Selain itu, pengujian validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan mengamati nilai *cross loading*. Nilai *cross loading* yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 14
Cross Loading Digital Payment

	DP	Perceived Ease of Use	Perceived Usefullnes	Perceived Credibility	Social Influence	Behavior Interntions
DP1	0.659	1.000	0.388	0.433	0.188	0.471
DP3	0.791	0.388	1.000	0.667	0.269	0.423
DP5	0.820	0.386	0.598	0.906	0.321	0.521
DP6	0.836	0.401	0.613	0.910	0.249	0.531
DP7	0.277	0.169	0.225	0.297	0.897	0.225
DP8	0.277	0.168	0.257	0.266	0.897	0.173
DP9	0.520	0.406	0.298	0.417	0.248	0.833
DP10	0.751	0.426	0.429	0.581	0.162	0.924

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Tabel 4. 15
Cross Loading Financial Literacy

	FL	Kemampuan dasar tentang keuangan	Manajemen tabungan	Manajemen investasi	Manajemen asuransi
FL1	0.765	0.936	0.635	0.478	0.405
FL2	0.754	0.934	0.606	0.476	0.392
FL3	0.687	0.664	1.000	0.425	0.315
FL5	0.830	0.471	0.453	0.954	0.700
FL6	0.817	0.503	0.356	0.953	0.683
FL7	0.774	0.421	0.286	0.701	0.960
FL8	0.769	0.397	0.319	0.692	0.960

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Tabel 4. 16
Cross Loading Perilaku Konsumtif

	PK	Diskon	Kemasan yang menarik	Gaya hidup	Iklan	Penilaian Produk	Citra merek
PK1	0.887	0.938	0.834	0.599	0.188	0.769	0.416
PK2	0.902	0.941	0.882	0.705	0.266	0.659	0.486
PK3	0.860	0.859	0.902	0.610	0.223	0.671	0.411
PK4	0.847	0.784	0.898	0.786	0.324	0.534	0.481
PK5	0.826	0.716	0.762	0.931	0.337	0.548	0.351
PK6	0.692	0.541	0.649	0.899	0.326	0.389	0.413
PK8	0.291	0.242	0.304	0.362	1.000	0.130	0.220
PK9	0.747	0.724	0.614	0.425	0.052	0.909	0.364
PK10	0.748	0.656	0.605	0.519	0.184	0.910	0.309
PK11	0.496	0.481	0.495	0.414	0.220	0.370	1.000

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Tabel 4. 17
Cross Loading Financial Management Behavior

	FMB	Consumtion	Cash-flow management	Saving and investment	Credit management
FMB1	0.743	0.877	0.620	0.496	0.527
FMB2	0.788	0.891	0.691	0.571	0.530
FMB3	0.800	0.711	0.900	0.539	0.563
FMB4	0.803	0.627	0.901	0.652	0.546
FMB5	0.817	0.588	0.688	0.920	0.593
FMB6	0.677	0.494	0.487	0.881	0.450

FMB7	0.781	0.597	0.610	0.562	0.908
FMB8	0.661	0.457	0.475	0.471	0.869

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Tabel 4. 18
Cross Loading Moderasi Perilaku Konsumtif

	DP	FL	PK	FMB	DP*PK	FL*PK
DP*PK	-0.048	-0.475	-0.054	-0.379	1.000	0.270
FL*PK	-0.390	-0.225	-0.245	-0.212	0.270	1.000

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel *cross loading* yang disajikan, nilai korelasi setiap indikator terhadap konstruknya masing-masing diperoleh lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi terhadap konstruk lainnya. Dengan kondisi tersebut, validitas diskriminan pada seluruh variabel dalam penelitian ini dapat dinyatakan terpenuhi.

Selanjutnya, besaran nilai *Average Variance Extracted* (AVE) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 19
Average Variance Extracted (AVE)

	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
DP	0.599
Perceived Ease of Use	1.000
Perceived Usefullnes	1.000
Perceived Credibility	0.824
Behavior Interntions	0.774
Social Influence	0.804
FL	0.596
Kemampuan dasar tentang keuangan	0.874

Manajemen tabungan	1.000
Manajemen investasi	0.909
Manajemen asuransi	0.922
FMB	0.579
consumption	0.781
cash – flow management	0.811
Saving and investment	0.812
Credit management	0.790
PK	0.667
Diskon	0.883
Kemasan yang menarik	0.810
Gaya hidup	0.837
Iklan	1.000
Penilaian produk	0.827
Citra Merek	1.000

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan pada tabel 4.19, diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada konstruk variabel *digital payment* adalah sebesar 0,599, yang berarti telah memenuhi batas minimum sehingga konstruk ini dapat dinyatakan valid. Nilai AVE tersebut diperkuat oleh indikator-indikator penyusunnya, yaitu *Perceived Ease of Use* dan *Perceived Usefulness* yang masing-masing memiliki nilai 1,000, diikuti *Perceived Credibility* dengan nilai 0,824, *Behavior Intentions* sebesar 0,774, serta *Social Influence* sebesar 0,804. Seluruh indikator tersebut menunjukkan nilai ekstraksi varians yang baik sehingga dapat menggambarkan *digital payment* secara stabil.

Selanjutnya, konstruk *financial literacy* memiliki nilai AVE sebesar 0,596, yang juga berada di atas batas minimum sehingga dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen. Nilai tersebut

diperkuat oleh indikator Kemampuan dasar tentang keuangan dengan nilai 0,874, Manajemen tabungan sebesar 1,000, Manajemen investasi sebesar 0,909, serta Manajemen asuransi sebesar 0,922. Seluruh indikator tersebut menunjukkan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan varians konstruk *financial literacy*.

Berikutnya, nilai AVE untuk konstruk *financial management behavior* adalah sebesar 0,579, yang berarti telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Indikator-indikator penyusunnya juga menunjukkan tingkat representasi konstruk yang baik, yaitu *Consumption* dengan nilai 0,781, *Cash-flow management* sebesar 0,811, *Saving and investment* sebesar 0,812, serta *Credit management* sebesar 0,790. Nilai-nilai tersebut menegaskan bahwa masing-masing indikator mampu menjelaskan varians konstruk *financial management behavior* secara konsisten.

Sementara itu, variabel perilaku konsumtif memiliki nilai AVE sebesar 0,667, yang berarti telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Indikator-indikator penyusunnya juga menunjukkan tingkat representasi konstruk yang baik, yaitu Diskon memiliki nilai 0,883, Kemasan yang menarik sebesar 0,810, Gaya hidup sebesar 0,837, Iklan sebesar 1,000, Penilaian produk sebesar 0,827, serta Citra merek sebesar 1,000. Seluruh indikator ini memperlihatkan kapasitas yang kuat untuk menggambarkan perilaku konsumtif.

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada seluruh variabel dalam penelitian ini diperoleh di atas ambang batas 0,5 sehingga pemenuhan validitas konstruk dapat dinyatakan tercapai. Hal tersebut sejalan dengan ketentuan yang dikemukakan oleh Ghazali dan Latan (2014) yang menyebutkan bahwa nilai AVE yang memadai ditunjukkan oleh angka yang melebihi 0,5.

3) Uji Reliabilitas

Tabel 4. 20
Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
DP	0.830	0.881
<i>Perceived Ease of Use</i>	1.000	1.000
<i>Perceived Usefullnes</i>	1.000	1.000
<i>Perceived Credibility</i>	0.787	0.904
<i>Social Influence</i>	0.757	0.892
<i>Behavior Interntions</i>	0.716	0.872
FL	0.886	0.911
Kemampuan dasar tentang keuangan	0.855	0.933
Manajemen tabungan	1.000	1.000
Manajemen investasi	0.900	0.952
Manajemen asuransi	0.915	0.959
FMB	0.895	0.916
<i>Consumption</i>	0.720	0.877
<i>Cash – flow management</i>	0.766	0.895
<i>Saving and investment</i>	0.770	0.896
<i>Credit management</i>	0.736	0.883
PK	0.927	0.941
Diskon	0.867	0.938
Kemasan yang menarik	0.765	0.895
Gaya hidup	0.807	0.911
Iklan	1.000	1.000
Penilaian produk	0.791	0.905
Citra Merek	1.000	1.000

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel 4.20 menunjukkan bahwa variabel *digital payment* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,830 dan *Composite Reliability* sebesar 0,881. Nilai tersebut dipengaruhi oleh indikator-indikator pembentuknya. Indikator persepsi kemudahan mempunyai reliabilitas sempurna yaitu 1,000 untuk *Cronbach's Alpha* dan 1,000 untuk *Composite Reliability*. Indikator *Perceived Usefullenes* juga memiliki nilai yang sama, yaitu 1,000 dan 1,000. Indikator *Perceived Credibility* memiliki nilai sebesar 0,787 dan 0,904, *Social Influence* sebesar 0,757 dan 0,892, serta *Behavior Intentions* sebesar 0,716 dan 0,872. Seluruh indikator tersebut memiliki nilai *Composite Reliability* di atas 0,70 sehingga dianggap reliabel dalam merefleksikan konstruk *digital payment*.

Selanjutnya variabel *financial literacy* memiliki nilai sebesar 0,886 untuk *Cronbach's Alpha* dan 0,911 untuk *Composite Reliability*. Hasil ini juga didukung oleh indikator penyusunnya. Indikator kemampuan dasar tentang keuangan memiliki nilai 0,855 dan 0,933, indikator Manajemen tabungan memiliki nilai sempurna 1,000 dan 1,000, indikator Manajemen investasi memiliki nilai 0,900 dan 0,952, serta indikator Manajemen asuransi memiliki nilai 0,915 dan 0,959. Seluruh indikator tersebut menunjukkan bahwa konstruk *financial literacy* telah memenuhi kriteria reliabilitas yang sangat baik.

Selanjutnya variabel *financial management behavior* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,895 dan *Composite Reliability* sebesar

0,916. Indikator pembentuknya juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang kuat, di mana indikator *consumtion* memiliki nilai 0,720 dan 0,877, indikator *cash-flow management* sebesar 0,766 dan 0,895, indikator *saving and investment* sebesar 0,770 dan 0,896, serta indikator *credit management* sebesar 0,736 dan 0,883. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator mampu mencerminkan konstruk *financial management behavior* dengan baik.

Sedangkan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 0,927 untuk *Cronbach's Alpha* dan 0,941 untuk *Composite Reliability*. Nilai ini semakin diperkuat melalui indikator penyusunnya. Indikator Diskon memiliki nilai sebesar 0,867 dan 0,938, indikator Kemasan yang menarik sebesar 0,765 dan 0,895, indikator Gaya hidup sebesar 0,807 dan 0,911, indikator Iklan memiliki nilai sempurna 1,000 dan 1,000, indikator Penilaian produk sebesar 0,791 dan 0,905, serta indikator Citra merek juga memiliki nilai sempurna yaitu 1,000 dan 1,000. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari masing – masing konstruk menunjukkan seluruh konstruk dalam penelitian dinyatakan reliabel.

4.3.2 Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

1) *R-Square*

Pada tahap awal evaluasi model struktural, nilai *R-Square* pada masing-masing variabel endogen (dependen) dianalisis. Nilai *R-Square* digunakan untuk menggambarkan tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel endogen.

Klasifikasi kekuatan model dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu lemah, moderat, dan kuat, yang masing-masing ditunjukkan oleh nilai *R-Square* sebesar 0,25, 0,50, dan 0,75 (Hamid & Anwar, 2019). Berdasarkan hasil analisis data, nilai *R-Square* yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 21
*R-Square***

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
<i>Financial Management Behavior</i>	0.616	0.596

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan nilai *R-Square* yang tercantum pada Tabel 4.21, nilai *R-Square* sebesar 0,616 diperoleh oleh variabel pengelolaan keuangan sebagai variabel endogen dalam penelitian ini. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 61,6% variasi pengelolaan keuangan dapat dijelaskan oleh variabel eksogen, yaitu *digital payment* dan *financial literacy*. Adapun sisa variasi sebesar 38,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini. Dengan demikian, berdasarkan kriteria penilaian *R-Square*, model penelitian ini diklasifikasikan ke dalam kategori moderat.

2) *F-Square*

Tingkat kelayakan suatu model struktural dapat dinilai melalui pengujian *F-Square*. Pengujian ini digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel laten dalam suatu model penelitian. Suatu variabel laten dikategorikan memiliki pengaruh kuat, sedang, atau lemah apabila

nilai *F-Square* yang dihasilkan masing-masing sebesar 0,35, 0,15, dan 0,02 (Hamid & Anwar, 2019). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, nilai F-Square yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 22
F- Square

	F Square
DP→FMB	0.125
FL→FMB	0.710
PK X DP →FMB	0.017
PK X FL →FMB	0.025

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan nilai *F-Square* pada tabel 4.22, pengaruh masing-masing variabel terhadap *Financial Management Behavior* (FMB) dapat dijelaskan sebagai berikut. Variabel *Digital Payment* (DP) memiliki *F-Square* sebesar 0,125, menunjukkan pengaruh lemah hingga sedang terhadap perilaku pengelolaan keuangan responden. Variabel *Financial Literacy* (FL) mencatat *F-Square* 0,710, yang menandakan pengaruh kuat, sehingga literasi keuangan menjadi faktor paling dominan dalam membentuk FMB.

Untuk moderasi variabel, interaksi PK dengan DP terhadap FMB memiliki *F-Square* 0,017, yang menunjukkan pengaruh tidak signifikan. Begitu pula interaksi PK dengan FL terhadap FMB mencatat *F-Square* 0,025, termasuk kategori pengaruh sangat lemah atau hampir tidak signifikan.

Secara keseluruhan, *financial literacy* merupakan faktor utama yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan responden. Penggunaan *digital payment* dan perilaku konsumtif memberikan kontribusi lebih kecil, sedangkan interaksi keduanya sebagai variabel yang memoderasi tidak berdampak signifikan. Temuan ini sejalan dengan Sarstedt et al. (2017) yang menyatakan bahwa nilai *F-Square* kurang dari 0,02 dianggap tidak memiliki pengaruh.

3) *Q-Square*

Nilai *Q-Square* diperoleh melalui prosedur *blindfolding*, yaitu teknik analisis yang digunakan untuk mengukur kemampuan prediktif model struktural melalui nilai *Construct Crossvalidated Redundancy*. Secara umum, *Q-Square* digunakan untuk menilai apakah model memiliki relevansi prediktif. Apabila nilai $Q-Square > 0$, maka model dinyatakan memiliki kemampuan prediksi yang baik; sebaliknya, nilai $Q-Square < 0$ menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif. Adapun kategori kekuatan prediksi dapat dilihat dari rentang nilai *Q-Square*, yaitu 0,02 untuk tingkat lemah, 0,15 untuk tingkat sedang, dan 0,35 untuk tingkat kuat (Hair et al., 2022). Berdasarkan hasil analisis *blindfolding* pada penelitian ini, diperoleh nilai *Q-Square* sebagai berikut:

Tabel 4. 23
Q-Square

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
<i>Digital Payment</i>	500.000	500.000	
<i>Financial Literacy</i>	700.000	700.000	

Perilaku Konsumtif	800.000	800.000	
<i>Financial Management Behavior</i>	800.000	524.537	0,344

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas terlihat bahwa nilai *Q-Square* untuk variabel *financial management behavior* adalah sebesar 0,344. Nilai tersebut berada diantara 0,15 dan 0,35, yang menurut kriteria *Q-Square* menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang sedang . Dengan demikian, nilai *Q-Square* pada penelitian ini dapat dikatakan memadai dan menunjukkan bahwa model struktural mampu memberikan kemampuan prediksi yang baik terhadap variabel *financial management behavior*.

4.3.3 Uji Hipotesis

Untuk melihat besaran signifikansi suatu pengaruh antar variabel dapat melihat nilai *T statistic* dan koefisien parameter dari metode *bootstrapping*. Penelitian ini menggunakan *two-tailed* dengan *t-value* 1,96 (level signifikansi 5%) (Ghozali & Latan, 2014). Hasil uji *bootstrapping* yang dilakukan dalam penelitian ini memperoleh nilai *path coefficient* sebagai berikut:

Tabel 4. 24
Path Coefficient (Bootsraping)

	<i>Original sampel (O)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
DP →FMB	0.242	3.607	0.0000	Diterima
FL →FMB	0.606	6.621	0.0000	Diterima

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil *path coefficient* dari tabel 4.16, terlihat bahwa variabel eksogen memberikan pengaruh terhadap variabel endogen.

Variabel *Digital Payment* (DP) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Management Behavior* (FMB), dibuktikan dengan nilai *P-value* kurang dari 0,05 yaitu 0,000, serta *path coefficient* sebesar 0,242. Variabel *Financial Literacy* (FL) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap FMB, dengan *P-value* 0,000 dan *path coefficient* 0,606. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel eksogen berkontribusi dalam membentuk *financial management behavior* mahasiswa, dengan literasi keuangan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan penggunaan *digital payment*.

Variabel moderasi dapat dikatakan memiliki efek moderasi antara variabel eksogen (dependen) terhadap variabel endogen (independen) apabila memiliki nilai T tabel yang lebih kecil dari *T statistic* serta tingkat signifikansi sebesar 5%. Adapun hasil uji pengaruh yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 25
Uji Pengaruh Moderasi**

	<i>Original sampel (O)</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
PK X DP →FMB	-0.090	1.178	0.240	Ditolak
PK X FL →FMB	0.088	1.371	0.172	Ditolak

Sumber : diolah peneliti, (2025)

Berdasarkan hasil uji pengaruh moderasi pada tabel 4.17, terlihat bahwa interaksi antara Perilaku Konsumtif (PK) dengan *Digital Payment* (DP) dalam memoderasi hubungan terhadap *Financial Management Behavior* (FMB) memiliki nilai *P-value* sebesar 0,240. Selanjutnya interaksi

PK dengan *Financial Literacy* (FL) terhadap FMB memiliki nilai *P-value* sebesar 0,172.

Karena kedua nilai *P-value* tersebut lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan sebagai variabel moderasi dalam mempengaruhi hubungan antara *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior*.

Variabel perilaku konsumtif dalam penelitian ini tidak mampu memoderasi pengaruh antara variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hal tersebut dikarenakan variabel perilaku konsumtif termasuk kedalam jenis moderasi prediktor, dimana variabel perilaku konsumtif semulanya dihipotesiskan sebagai variabel moderasi. Akan tetapi, berdasarkan pengujian menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif hanya mampu sebagai variabel independen, sehingga kurang tepat apabila dijadikan sebagai variabel moderasi.

4.4 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan jawaban atas seluruh hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan dari hasil analisis tersebut adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*

Variabel *digital payment* terbukti berpengaruh terhadap *financial management behavior*, ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,242, nilai *T Statistics* $3,607 > 1,96$, serta *P Values* $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan

bahwa *digital payment* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Dengan demikian, hipotesis H1 dinyatakan diterima.

2) Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Variabel *financial literacy* terbukti berpengaruh terhadap *financial management behavior*, ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,606, nilai *T Statistics* $6,621 > 1,96$, serta *P Values* $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa *financial literacy* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Dengan demikian, hipotesis H2 dinyatakan diterima.

3) Pengaruh Perilaku Konsumtif Dalam Memoderasi Hubungan Antara *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*

Penelitian ini memasukkan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah variabel tersebut mampu memperkuat atau memperlemah hubungan *antara digital payment dan financial management behavior*. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai koefisien sebesar -0,090 dengan *P Values* 0,240. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak mampu memoderasi hubungan antara *digital payment* dan *financial management behavior*. Dengan demikian hipotesis H3 dinyatakan ditolak.

4) Pengaruh Perilaku Konsumtif Dalam Memoderasi Hubungan Antara *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*

Penelitian ini memasukkan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi untuk menguji apakah variabel tersebut mampu memperkuat atau

memperlemah hubungan antara *financial literacy* dan *financial management behavior*. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai koefisien sebesar 0,088 dengan *P Values* 0,172. Hasil ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak mampu memoderasi hubungan antara *financial literacy* dan *financial management behavior*.. Dengan demikian hipotesis H4 dinyatakan ditolak.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dan dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pengaruh *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior*, dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi adalah sebagai berikut :

4.5.1 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*.

Berdasarkan hasil analisis, *digital payment* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa Kota Malang. Dengan hasil tersebut, maka hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Selain itu, temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan peran *digital payment* dalam memengaruhi *financial management behavior* yang dilakukan oleh Munawar et al. (2023), Moorjati dan Hertina (2025), dan Nasruddin et al. (2024), Azzahra & Kartini (2022) Utami & Isbanah (2021), Siskawati dan Ningtyas (2022), Dewi (2024), serta Sari (2025), menyatakan bahwa *digital payment* berpengaruh positif terhadap *financial management behavior*. Dapat disimpulkan bahwa sikap mahasiswa terhadap penggunaan pembayaran

digital memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan mereka

Dengan berkembangnya teknologi digital yang semakin pesat mendorong mahasiswa untuk merubah pola transaksi mereka dari penggunaan uang tunai menjadi pembayaran digital. Dalam aktifitas sehari-hari mahasiswa di Kota Malang semakin tebiasa menggunakan platform pembayaran digital, meliputi dompet digital (*e-wallet*) seperti OVO, GoPay, DANA, dan ShopeePay. Penggunaan tersebut banyak ditemui ketika mahasiswa memenuhi kebutuhan sehari-harinya, seperti pembayaran makanan dan minuman di lingkungan kampus, transportasi, hingga kebutuhan pembayaran layanan penunjang kegiatan yang ada di kampus.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa perilaku individu, termasuk dalam aspek keuangan, dipengaruhi oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam TPB *digital payment* mewakili faktor “*attitude toward behavior*”. Dimana sikap individu terhadap suatu perilaku memiliki peran penting dalam membentuk niat untuk bertindak. Pengalaman mahasiswa dalam menggunakan pembayaran digital dapat membentuk sikap positif terhadap pengelolaan keuangan, sebab transaksi bisa dilakukan secara praktis dan tercatat secara sistematis.

Dalam penelitian ini, pembayaran digital diukur melalui beberapa indikator, yaitu *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived credibility*, *social influence*, serta *behavioral intention*. Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek yang paling mempengaruhi penggunaan pembayaran digital adalah *perceived credibility* atau tingkat kepercayaan terhadap transparansi dan keamanan informasi transaksi, artinya mahasiswa di Kota Malang yang terbiasa menggunakan pembayaran digital merasa aman dan cenderung lebih menyadari arus keluar keuangan yang terjadi, karena setiap transaksi tercatat dalam riwayat pembayaran pada aplikasi yang digunakan. Kesadaran ini membantu mahasiswa dalam mengevaluasi pengeluaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta menyesuaikan pengeluaran dengan kondisi finansial yang dimiliki

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital dipersepsikan sangat mudah digunakan oleh mahasiswa di Kota Malang. Kemudahan untuk memantau dan mengevaluasi pengeluaran secara berkala berperan penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih disiplin, seperti mengendalikan pengeluaran, menyesuaikan kebutuhan dengan kemampuan finansial, serta melakukan perencanaan keuangan jangka pendek. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi pembayaran digital berfungsi sebagai sarana pendukung dalam memperkuat pengelolaan keuangan mahasiswa, bukan sekadar alat transaksi semata. Kondisi ini wajar mengingat mahasiswa

cenderung menyukai pilihan transaksi yang praktis, cepat, dan fleksibel, baik saat berbelanja secara online maupun secara langsung (offline).

Meskipun pembayaran digital ini menawarkan berbagai kemudahan, hal tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa. Pada kondisi tertentu, manfaat kemudahan ini justru dapat menimbulkan dampak negatif. Salah satu contohnya adalah kemunculan layanan pembayaran digital yang sering kali mendorong mahasiswa menjadi lebih boros. Akses transaksi yang sangat praktis dan cepat membuat mahasiswa cenderung meningkatkan perilaku konsumtif, terutama ketika berbagai pembayaran dapat dilakukan hanya dengan satu sentuhan. Kemudahan ini pada akhirnya berpotensi menyebabkan pengelolaan keuangan menjadi kurang efisien dan tidak terkontrol.

Untuk dapat mengelola keuangan secara lebih bijaksana, mahasiswa seharusnya tidak hanya memahami cara menggunakan *digital payment*, tetapi juga mampu memanfaatkan layanan keuangan digital lainnya sebagai sarana menabung dan berinvestasi. Dalam perspektif Islam, pentingnya memperluas pengetahuan dan memahami hal-hal yang bermanfaat, termasuk dalam pengelolaan keuangan, ditegaskan dalam Q.S. At-Taubah ayat 122 :

وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لَيَنْفِرُوا كَافِةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَابِقُهُ لَيَتَمَكَّهُوا فِي

الدِّينِ وَلَيُنَذِّرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ۝ ۱۲۲

Artinya: “*Tidak sepatutnya orang-orang mukmin pergi semuanya (ke medan perang). Mengapa sebagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi (tinggal bersama Rasulullah) untuk memperdalam pengetahuan agama mereka dan memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya?*”

Menurut Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), makna *liyatafaqqahū fid-dīn* menunjukkan kewajiban untuk memahami ajaran dan hukum-hukum syariat secara mendalam agar seseorang mampu bersikap bijaksana serta memberi bimbingan kepada masyarakatnya. Dalam konteks perkembangan teknologi keuangan modern, nilai ini relevan dengan kebutuhan mahasiswa untuk memiliki literasi yang baik mengenai penggunaan *digital payment*, mulai dari cara kerja, manfaat, risiko, hingga aspek keamanan transaksinya. Pemahaman tersebut merupakan bentuk tafaqquh yang sesuai dengan tantangan era digital, karena penggunaan layanan keuangan digital berkaitan langsung dengan aktivitas muamalah sehari-hari. Dengan wawasan yang memadai, mahasiswa dapat memanfaatkan kemudahan penggunaan pembayaran digital secara bijak serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, sehingga praktik pengelolaan keuangan yang dilakukan tetap selaras dengan prinsip Islam yang menekankan kehati-hatian, keseimbangan, dan tanggung jawab dalam setiap aktivitas finansial.

4.5.2 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*.

Analisis data menunjukkan bahwa *financial literacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa Kota Malang. Dengan hasil tersebut, maka hipotesis kedua (H2) dapat diterima. Selain itu, temuan ini konsisten dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan peran *financial literacy* dalam memengaruhi *financial management behavior* yang dilakukan oleh Baptista dan Dewi (2021), Hidayati dan Nugroho (2023), Nasruddin et al. (2024), Moorjati dan Hertina (2025), Azzahraa dan Kartini (2022), Utami dan Isbanah (2021), Ningtyas (2019), serta Rajagukguk dan Sari (2022).

Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa di Kota Malang menunjukkan tingkat literasi keuangan yang tergolong baik. Hal ini tercermin dari kuatnya pemahaman mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan dasar, seperti perencanaan keuangan dan pemahaman terhadap kondisi keuangan secara umum. Pemahaman ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki bekal pengetahuan yang cukup dalam mengelola keuangan selama masa studi, meskipun dengan keterbatasan sumber dana yang dimiliki.

Pemahaman mahasiswa terhadap pengelolaan tabungan dan penyediaan dana cadangan juga tergolong cukup baik. Mahasiswa menyadari pentingnya menyisihkan sebagian dana untuk kebutuhan di masa depan maupun untuk menghadapi kondisi yang tidak terduga. Kesadaran ini membantu mahasiswa dalam menjaga stabilitas keuangan dan mengurangi

potensi tekanan finansial selama menjalani aktivitas akademik dan kehidupan sehari-hari.

Di sisi lain, pemahaman mahasiswa terhadap investasi menunjukkan tingkat yang relatif lebih rendah dibandingkan aspek keuangan lainnya. Sebagian mahasiswa belum sepenuhnya memahami pengelolaan investasi serta risiko yang melekat pada instrumen investasi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa perencanaan keuangan jangka panjang belum menjadi fokus utama bagi sebagian mahasiswa, yang kemungkinan dipengaruhi oleh keterbatasan pengalaman dan kondisi finansial.

Sementara itu, pemahaman mahasiswa mengenai perlindungan keuangan melalui asuransi menunjukkan hasil yang cukup kuat, yang artinya mahasiswa menyadari bahwa asuransi berperan penting dalam melindungi kondisi keuangan dari risiko yang tidak terduga, terutama risiko kesehatan. Pemahaman ini menjadi relevan bagi mahasiswa perguruan tinggi negeri di Kota Malang yang berada pada fase awal pengelolaan keuangan mandiri dan memiliki keterbatasan sumber dana.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior (TPB)*, pengetahuan tentang keuangan dapat dikaitkan dengan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*). Dalam konteks ini, Mahasiswa yang memahami manfaat perencanaan keuangan cenderung memiliki sikap positif terhadap kebiasaan keuangan yang sehat, seperti menabung dan menghindari utang konsumtif. Pengetahuan tentang literasi juga tidak hanya membentuk sikap positif terhadap pengelolaan keuangan, tetapi meningkatkan kesadaran individu

akan pentingnya pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari serta lingkungan sosialnya. Pemahaman keuangan yang baik juga memperkuat persepsi kontrol perilaku, karena individu merasa lebih percaya diri dan mampu dalam mengambil keputusan finansial. Namun, penerapan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya dipengaruhi oleh sikap individu dan control diri saja, tetapi juga oleh norma subjektif, seperti pengaruh keluarga dan lingkungan sosial. Faktor-faktor tersebut turut menentukan sejauh mana pemahaman keuangan benar-benar diwujudkan dalam perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Baptista dan Dewi (2021), serta Hidayati dan Nugroho (2023), menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang dengan literasi keuangan yang baik cenderung membuat keputusan yang baik pula terhadap pengelolaan keuangan yang dimiliki. Selain itu, mereka juga akan semakin baik dalam menyikapi keuangannya.

Menurut Herdjiono dan Damanik (2016) meskipun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik, hal ini tidak selalu menjamin pengelolaan keuangan yang optimal. Pengelolaan keuangan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti lingkungan, peran orang tua, tingkat kepuasan hidup, kebiasaan, dan faktor-faktor individu lainnya. Dengan demikian, tidak selalu benar bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi akan berbanding lurus dengan pengelolaan keuangan yang baik,

begitu pula sebaliknya, seseorang dengan literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang kurang efektif.

Bagi seseorang yang masih kurang dalam mengelola keuangannya, sangat dianjurkan untuk terus belajar dan memahami aspek-aspek keuangan. Upaya ini tentunya akan berdampak positif bagi kondisi finansial di masa depan. Dalam ajaran Islam, menuntut ilmu merupakan kewajiban bagi setiap umat. Hal ini ditegaskan dalam Q.S. Ali Imran ayat 18:

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَأُولُوا الْعِلْمُ قَاتِلًا بِالْقِسْطِ

Artinya : "*Allah telah menyaksikan bahwa tiada Tuhan selain-Nya, juga para Malaikat dan orang-orang yang berilmu...*"

Menurut Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), penyebutan *ulul 'ilm* dalam ayat ini menunjukkan kemuliaan dan keutamaan orang-orang yang memiliki ilmu, karena mereka tidak hanya mengetahui kebenaran, tetapi juga menegakkan nilai keadilan dalam setiap aspek kehidupan. Penegasan ini selaras dengan pentingnya literasi dalam konteks modern, termasuk literasi keuangan (*financial literacy*), di mana pengetahuan menjadi fondasi utama bagi seseorang untuk mengambil keputusan finansial yang bijaksana dan bertanggung jawab. Sama halnya dengan *ulul 'ilm* yang menjadi saksi karena kedalaman pemahamannya, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu menata pengelolaan keuangan secara adil, proporsional, dan terarah. Dengan demikian, ayat ini memberikan landasan bahwa pemahaman terhadap prinsip keuangan bukan sekadar kebutuhan praktis, tetapi juga bagian dari

nilai-nilai keilmuan yang dijunjung tinggi dalam Islam, sehingga mendorong mahasiswa untuk mengelola finansial secara cerdas, beretika, dan selaras dengan prinsip kehati-hatian.

4.5.3 Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Pengaruh *Digital Payment* Terhadap *Financial Management Behavior*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, variabel perilaku konsumtif tidak terbukti memoderasi pengaruh antara *digital payment* dan *financial management behavior* mahasiswa Kota Malang. Oleh karena itu, maka hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa walaupun mahasiswa mencerminkan kecenderungan konsumtif yang cukup tinggi namun tidak mampu mengubah arah maupun kekuatan pengaruh penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Dalam konteks ini, perilaku konsumtif lebih merepresentasikan kecenderungan sikap terhadap konsumsi, bukan mekanisme yang secara langsung memengaruhi bagaimana mahasiswa merencanakan, mengendalikan, dan mengevaluasi keuangan mereka. Dengan kata lain, meskipun mahasiswa menunjukkan kecenderungan konsumtif, pengaruh penggunaan pembayaran digital *terhadap financial management behavior* tetap berlangsung secara konsisten, sehingga efek moderasi perilaku konsumtif tidak terbentuk.

Jika ditinjau dari *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), perilaku konsumtif merefleksikan aspek sikap (*attitude*) terhadap konsumsi, sedangkan *financial management behavior* lebih berkaitan dengan

perceived behavioral control. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kontrol perilaku yang cukup kuat dalam mengelola keuangan. Akibatnya, sikap konsumtif yang ada tidak berkembang menjadi perilaku aktual yang dapat mengganggu pengelolaan keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa dalam kerangka TPB, kontrol perilaku dapat memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan sikap dalam menentukan perilaku keuangan aktual.

Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Izza (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak dapat memoderasi penggunaan *digital payment*, meskipun kecenderungan konsumtif mahasiswa cukup tinggi. Peneliti menambahkan bahwa intervensi atau program pengelolaan keuangan berbasis digital tidak perlu terlalu difokuskan pada upaya menekan kecenderungan konsumtif, melainkan lebih pada peningkatan kemampuan kontrol diri dan literasi penggunaan pembayaran digital agar pengelolaan keuangan tetap efektif.

Berbeda dengan sejumlah studi yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat melemahkan perilaku pengelolaan keuangan, terutama pada individu dengan pendapatan yang stabil dan otonomi finansial yang tinggi. Xiao dan O'Neill (2021) menyebutkan bahwa individu dengan kecenderungan konsumtif tinggi cenderung memiliki pengelolaan keuangan yang lebih lemah apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri dan perencanaan keuangan yang memadai. Perbedaan hasil ini menunjukkan

bahwa pengaruh perilaku konsumtif bersifat kontekstual dan sangat bergantung pada kondisi finansial responden.

Kondisi mahasiswa di Kota Malang memberikan penjelasan yang relevan terhadap temuan tersebut. Karena sebagian besar mahasiswa masih memiliki keterbatasan sumber pendapatan dan cenderung mengandalkan uang saku dari orang tua. Keterbatasan ini secara alami membatasi ruang konsumsi mahasiswa, sehingga meskipun terdapat kecenderungan konsumtif, perilaku tersebut tidak berkembang menjadi faktor yang mampu memengaruhi hubungan antara digital payment dan pengelolaan keuangan secara signifikan. Menurut Agustin et al., (2022) menyatakan bahwa walaupun *digital payment* memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi jika dana yang dimiliki mahasiswa tidak cukup atau uang saku yang diterima sedikit maka mahasiswa tidak akan melakukan pembelian dan mahasiswa tidak akan berperilaku konsumtif.

Selain itu, penggunaan pembayaran digital oleh mahasiswa di Kota Malang lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana transaksi praktis untuk memenuhi kebutuhan rutin, seperti pembayaran makanan, transportasi, dan kebutuhan akademik. Dalam kondisi ini, perilaku konsumtif tidak menjadi mekanisme utama yang menjembatani pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Mahasiswa yang telah terbiasa mengatur keuangan cenderung tetap disiplin meskipun menggunakan sistem pembayaran digital, sementara mahasiswa yang kurang disiplin tidak serta-merta menjadi lebih konsumtif hanya karena kemudahan transaksi

Cristanti et al. (2021) menemukan bahwa perilaku konsumtif tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Namun, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa gaya hidup, sebagai salah satu bentuk perilaku konsumtif, dapat memengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa. Gaya hidup yang berorientasi pada tren atau status sosial sering mendorong mahasiswa melakukan pembelian secara impulsif. Pengaruh media sosial menjadi salah satu faktor yang memperkuat hal ini, di mana mahasiswa mudah tergerak untuk membeli produk atau meniru gaya hidup yang populer di *platform digital*, khususnya yang diperkenalkan oleh para *influencer*. Akibatnya, perilaku konsumtif mereka meningkat dan dapat menimbulkan kebiasaan pengeluaran yang sulit dikontrol. Jika kebiasaan ini berlangsung terus-menerus, pengelolaan keuangan mahasiswa berisiko menjadi tidak teratur dan kurang efisien.

Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu individu menghindari sifat boros dan perilaku konsumtif. Dalam perspektif Islam, perilaku boros dan konsumtif sangat dilarang. Hal ini ditegaskan dalam Q.S. Al-Isra' ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَنِ وَكَانَ الشَّيْطَنُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhan.”

Q.S. Al-Isra' ayat 27 menegaskan bahwa “sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan,” sebuah ungkapan yang menunjukkan betapa tercelanya sikap menghambur-hamburkan harta tanpa

tujuan yang benar. Dalam Tafsir Jalalain (Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015) dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan *mubadzdzirīn* adalah orang-orang yang menggunakan harta tidak pada jalan ketaatan atau tidak sesuai batas kewajaran kebutuhan. Mereka diserupakan dengan setan karena sama-sama menyalahgunakan nikmat Allah dan membawa diri pada kerugian. Penjelasan ini menempatkan perilaku konsumsi berlebihan sebagai tindakan yang bertentangan dengan prinsip keadilan, keseimbangan, dan tanggung jawab yang dijunjung dalam Islam. Nilai-nilai yang terkandung dalam ayat tersebut sangat relevan dengan perilaku ekonomi masyarakat modern, khususnya mahasiswa yang hidup di tengah kemudahan layanan transaksi digital. Tanpa literasi keuangan dan pengendalian diri yang memadai, penggunaan *digital payment* yang serba cepat dan instan dapat memicu perilaku boros, impulsif, serta pengeluaran yang tidak terencana. Oleh sebab itu, ayat ini menjadi pengingat moral bahwa pengelolaan keuangan harus dilakukan secara bijak dan moderat, sehingga teknologi finansial dapat dimanfaatkan secara positif tanpa menjerumuskan pada sifat boros atau pemborosan.

4.5.4 Pengaruh Perilaku Konsumtif dalam Memoderasi Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap *Financial Management Behavior*.

Analisis data menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak terbukti memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap *financial management behavior* mahasiswa di Kota Malang. Dengan demikian, hipotesis keempat (H4) ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki

peran dominan dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa, sementara interaksi antara literasi keuangan dengan perilaku pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif hanya memberikan kontribusi yang sangat kecil atau hampir tidak signifikan. Dengan kata lain, meskipun mahasiswa menunjukkan kecenderungan konsumtif, perilaku tersebut tidak mengubah atau melemahkan pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan mereka.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior*, di mana perilaku konsumtif mencerminkan sikap (*attitude*), sedangkan *financial management behavior* lebih terkait dengan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam teori ini menjelaskan bahwa perilaku aktual lebih ditentukan oleh kemampuan individu mengendalikan tindakannya dibandingkan oleh sikap semata. Dalam konteks penelitian ini, meskipun mahasiswa memiliki kecenderungan konsumtif, literasi keuangan yang dominan tetap memungkinkan mereka mengatur dan mengendalikan pengeluaran secara rasional. Dengan demikian, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan tidak bergantung pada tingkat konsumsi mahasiswa, sehingga perilaku konsumtif tidak berperan sebagai moderator.

Kondisi finansial mahasiswa di Kota Malang turut mendukung temuan ini. Sebagian besar mahasiswa masih bergantung pada biaya hidup dari orang tua atau memiliki sumber pendapatan tambahan yang terbatas. Keterbatasan ini secara alami membatasi realisasi perilaku konsumtif, sehingga kecenderungan tersebut lebih muncul pada preferensi dan

keinginan, bukan pada pengeluaran nyata yang dapat memengaruhi *financial management behavior*. Selain itu, mahasiswa dengan literasi keuangan yang memadai cenderung memahami konsekuensi dari setiap keputusan finansial, sehingga mereka tetap mampu mengatur pengeluaran, menentukan prioritas kebutuhan, dan menghindari pemborosan, meskipun berada dalam lingkungan yang mendorong konsumsi.

Penelitian Sari et al. (2023) menyebutkan pengetahuan keuangan mampu menahan dorongan keinginan berlebihan pada mahasiswa, bahkan bagi mereka yang cenderung memiliki gaya hidup konsumtif. Mahasiswa yang memiliki pemahaman finansial akan mengatur pengeluaran dengan rasional, membedakan antara kebutuhan esensial dan keinginan sementara. Hal ini menegaskan peran literasi keuangan sebagai pengendali yang membuat gaya hidup hedonis tidak selalu berakibat pada pengelolaan keuangan yang buruk. Hasil penelitian Lisdiana dan Setiyono (2022) juga mendukung temuan ini, di mana literasi keuangan dan self-control memberikan kontribusi signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa, sementara perilaku konsumtif tidak berperan sebagai variabel moderasi yang mengubah pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan.

Berbeda dengan penelitian ini Fatmawati (2025) menemukan bahwa perilaku konsumtif secara signifikan memoderasi secara negatif pengaruh literasi keuangan terhadap *financial management behavior* mahasiswa UPN Veteran Jatim, di mana konsumtif tinggi melemahkan manfaat literasi

keuangan. Hal ini menegaskan bahwa efek moderasi perilaku konsumtif bersifat kontekstual dan sangat tergantung pada karakteristik responden serta kondisi lingkungan penelitian.

Mengelola keuangan dengan baik menuntut setiap mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif dalam melakukan pembelian, serta mengutamakan kebutuhan dibandingkan keinginan yang bersifat sementara. Sikap tersebut penting diterapkan agar mahasiswa terhindar dari pemborosan. Dalam Al-Qur'an, larangan berperilaku boros ditegaskan dalam Surah Al-Furqon ayat 67, di mana Allah SWT milarang manusia menghamburkan harta untuk hal-hal yang tidak bermanfaat dan tidak sesuai kebutuhan, yaitu sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَاماً

Artinya: "*Dan orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.*"

Di dalam ayat ini menggambarkan ciri hamba Allah yang ideal, yaitu memiliki sikap seimbang tanpa bersikap boros (*isrāf*), menghindari sifat pelit (*taqtīr*), sehingga mereka bisa mengambil posisi pertengahan yang mencerminkan keseimbangan serta kedewasaan dalam mengelola rezeki. Menurut Tafsir Jalalain(Al-Mahalli & As-Suyuthi, 2015), ayat ini menegaskan bahwa bentuk pengeluaran yang terpuji adalah pengeluaran yang sesuai kebutuhan, tidak berlebihan, dan tidak pula terlalu menahan hingga menghambat kemaslahatan. Prinsip moderasi ini sejalan dengan

konsep *financial literacy*, di mana pemahaman mengenai pengaturan pemasukan, pengeluaran, tabungan, serta perencanaan keuangan menjadi fondasi bagi individu untuk menggunakan hartanya secara adil, terukur, dan penuh tanggung jawab. Dalam konteks mahasiswa, pemahaman tentang konsep keuangan yang cukup akan membantu mereka menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan, menghindari perilaku konsumtif, serta membuat keputusan finansial yang rasional di tengah kemudahan transaksi digital yang kerap memicu pengeluaran impulsif. Ayat tersebut, selain menekankan prinsip etika pengelolaan harta, juga menyediakan dasar spiritual yang mendukung pembentukan perilaku keuangan yang bijak dan bertanggung jawab, sejalan dengan nilai-nilai Islam.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai peran *digital payment* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi, peneliti menyimpulkan bahwa:

- 1) *Digital payment* terbukti berkontribusi secara signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Malang. Temuan ini mengindikasikan adanya kemudahan transaksi yang ditawarkan layanan pembayaran digital memberikan manfaat nyata bagi mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Fitur pencatatan otomatis pada setiap transaksi membantu mahasiswa memantau dan mengendalikan pengeluarannya, yang berkontribusi pada perilaku keuangan yang semakin teratur
- 2) *Financial literacy* terbukti berkontribusi secara signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa di Kota Malang. Kemampuan mahasiswa dalam pengetahuan tentang keuangan, termasuk menepati kewajiban pembayaran, memahami produk asuransi, menguasai dasar investasi, dan konsep keuangan dasar, berperan penting dalam pengelolaan keuangan yang lebih efektif. Pengetahuan ini juga memperkuat kualitas pengambilan keputusan finansial, sehingga pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.

- 3) Berdasarkan temuan, perilaku konsumtif tidak bisa memoderasi pengaruh penggunaan *digital payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Malang. Meskipun layanan pembayaran digital menawarkan kemudahan seperti transaksi cepat, fitur promo, serta akses belanja yang praktis, kecenderungan konsumtif mahasiswa tidak cukup kuat untuk mengubah arah pengaruh tersebut. Hal ini disebabkan oleh pola penggunaan *digital payment* yang lebih bersifat fungsional, seperti untuk kebutuhan transportasi, makan, maupun keperluan akademik, bukan untuk aktivitas konsumsi berlebihan. Selain itu, mahasiswa menunjukkan kecenderungan menjaga keseimbangan keuangannya, misalnya dengan memantau catatan transaksi pada aplikasi atau membatasi penggunaan e-wallet ketika saldo mulai menurun. Dengan demikian, meskipun perilaku konsumtif menjadi bagian dari dinamika keuangan mahasiswa, variabel ini tidak mampu memoderasi hubungan antara *digital payment* dan *financial management behavior*, karena mahasiswa tetap memiliki kontrol dan pertimbangan yang rasional dalam mengatur pengeluarannya.
- 4) Penelitian ini menemukan bahwa perilaku konsumtif tidak bisa memoderasi pengaruh antara *financial literacy* dan *financial management behavior* pada mahasiswa Kota Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat konsumtifitas mahasiswa tidak mampu memoderasi pengaruh *financial literacy* terhadap *financial management behavior*. Kondisi tersebut terjadi karena mahasiswa di Kota Malang umumnya masih mempertimbangkan

kebutuhan dan prioritas sebelum melakukan pembelian. Dengan demikian, perilaku konsumtif tidak terbukti memoderasi pengaruh antara *financial literacy* dan *financial management behavior* dalam konteks penelitian ini.

5.2 Saran

Melalui hasil, pembahasan, dan kesimpulan penelitian ini, penulis memahami bahwa penelitian masih memiliki sejumlah keterbatasan dan perlu penyempurnaan lebih lanjut. Sehubungan dengan itu, penulis menyajikan beberapa saran sebagai masukan bagi penelitian mendatang, yaitu:

1) Untuk Mahasiswa

Mahasiswa didorong untuk terus memperdalam pemahaman mereka tentang konsep keuangan, karena pengetahuan keuangan yang baik sangat berperan dalam membentuk kemampuan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab. Pengetahuan ini juga membantu mereka menghindari risiko finansial dan permasalahan ekonomi di masa depan, penggunaan *digital payment* juga perlu dilakukan dengan penuh kehati-hatian. Walaupun menawarkan efisiensi dan kenyamanan, kemudahan tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif, seperti melakukan pembelian impulsif. Oleh sebab itu, mahasiswa perlu tetap mengontrol pola konsumsi dan memastikan bahwa penggunaan *digital payment* selaras dengan kebutuhan dan rencana keuangan mereka.

2) Untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian mendatang, peneliti menyarankan agar penggunaan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi ditinjau kembali, mengingat hasil penelitian ini belum menunjukkan peran moderatif yang kuat. Peneliti berikutnya sebaiknya mempertimbangkan inklusi variabel tambahan yang relevan dan belum dieksplorasi pada studi ini. Selain itu, pemilihan sampel dari wilayah atau institusi pendidikan yang berbeda dapat memberikan perspektif yang lebih beragam. Jumlah responden pun sebaiknya diperluas agar representasi populasi menjadi lebih memadai dan temuan penelitian dapat digeneralisasikan dengan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Ardyansyah. (2024). Studi Pengaruh Niat dalam Theory of Planned Behavior terhadap Perilaku Investasi. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Agustin, I. D., Abidin, N., & Fityan, I. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 2(3), 505–514. <https://doi.org/10.31004/innovative.v2i3.44>
- Ahn, S. Y., & Nam, Y. (2024). Does mobile payment use lead to overspending? The moderating role of financial knowledge. *Computers in Human Behavior*, 147, 107843. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107843>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Mahalli, J. M. bin A. bin M., & As-Suyuthi, J. A. bin A. B. (2015). *Tafsir Jalalain Jilid 1* (Cetakan 2). Pustaka Elba.
- Amin, M., Reksa, A., & Putri, A. (2023). Pengaruh Ukuran Sampel Terhadap Akurasi Hasil Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Metode Penelitian*, 12(1), 45–53.
- Andriani, R., Putri, F., & Santoso, H. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Berlebihan. *Jurnal Pendidikan Dan Penelitian*, 8(1), 45–56.
- Arifin, A. Z. (2017). The Influence of Financial Knowledge, Control and Income on Individual Financial Behavior. *European Research Studies Journal*, 20(3A), 635–648. <https://doi.org/10.35808/ersj/734>
- Azwar, S. (2002). *Metode Penelitian Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Azzahraa, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge terhadap Financial Management Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 2(1), 78–91.
- Bank Indonesia. (2024). *Statistik Uang Elektronik*.
- Baptista, S. M. J., & Dewi, A. S. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.31407>
- Barus, I. S. L., Lasniroha, T., & Bayunitri, B. I. (2024). Navigating the Digital Financial Landscape: The Role of Financial Literacy and Digital Payment Behavior in Shaping Financial Management Among Generation Z Student.

Journal of Logistics, Informatics and Service Science, 11(7), 302–323.
<https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0716>

- Butar, I. G., Rachman, A. A., & Nurmala. (2024). Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Lampung). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3021–3035.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
[https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Cheung, A. W. K., Chung, R., & Fung, S. (2015). Financial Literacy and Its Implications on Financial Behavior. *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 597–605. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12194>
- Cristanti, I. L., Luhsasi, D. I., & Sitorus, D. S. (2021). Pandemi {C}ovid-19: Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Mental Accounting Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa {FKIP UKSW}. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 22(1), 128–135.
- Deviyanti, R. (2020). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Berlebihan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 112–125.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/256019544_The_Financial_Management_Behavior_Scale_Development_and_Validation?utm_source
- Dewi, R. (2024). Pengaruh Financial Technology Payment dan Self Control Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mulawarman*, 5(2), 75–90.
- Diantini, N., Prasetyo, H., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Modern*, 9(1), 30–45.
- Faraz, N., & Anjum, A. (2025). Spendception: The Psychological Impact of Digital Payments on Consumer Purchase Behavior and Impulse Buying. *Behavioral Sciences*, 15(5), 213. <https://doi.org/10.3390/bs15050213>
- Fatmawati, V. A. (2025). Analisis Perilaku Konsumtif dengan Financial Literacy terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa UPN Veteran Jatim. *Repository UPN Veteran Jawa Timur*.
<https://repository.upnjatim.ac.id/37398/1/21012010123>
- Fauziah, D. H. (2024). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Penggunaan Fintech Digital*

Payment System pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Malang.
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares: Konsep, Metode dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.0* (Edisi 2). Universitas Diponegoro.
- GoodStats. (2024). *Transaksi Transfer Antar Dompet Digital di Indonesia 2019-2024*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. M. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Herdjiono, H., & Damanik, E. (2016). Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(2), 120–130. <https://doi.org/10.1234/jak.v18i2.201>
- Hidayati, A. R., & Nugroho, D. S. (2023). Effect of Financial Literacy and Fintech Payment of Financial Management Behavior with Internal Locus of Control as Moderator. *Journal of Business Management and Economic Development*, 1(02), 221–229. <https://doi.org/10.59653/jbmed.v1i02.124>
- Hilgert, M. A., Hogarth, J. M., & Beverly, S. G. (2003). Household Financial Management: The Connection Between Knowledge and Behavior. *Federal Reserve Bulletin*, 89, 309–322.
- Horne, V., & Wachowicz, J. M. (2005). *Fundamentals of Financial Management*. Prentice Hall.
- Humaira, I., & Sagoro, E. M. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Manajemen Keuangan pada Pelaku UMKM Sentra Kerajinan Batik Kabupaten Bantul. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i1.19363>
- Immamah, A., & Handayan, S. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan terhadap Keputusan Keuangan Individu dan Kesejahteraan Finansial. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 12–25.
- Indarto, A., & Dananti, S. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial. *Jurnal Manajemen Konsumen*, 7(1), 50–63.
- Irdiana, S., Ariyono, K. Y., & Darmawan, K. (2023). Dampak Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan Niat sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 700–710.
- Karniawati, D., Setyaningsih, E., & Maula, K. (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat yang Dirasakan, Kepercayaan, Pengaruh Sosial, dan

- Niat Perilaku terhadap Penggunaan Digital Payment. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 15(2), 123–135.
- Kementerian Pendidikan Kebudayaan, R. dan T. (2025). *Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDIKTI)*.
- Keuangan, O. J., & Statistik, B. P. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*.
- Kholilah, F., & Iramani, I. (2013). Financial Management Behavior pada Individu: Perencanaan, Penganggaran, dan Pengendalian Keuangan Sehari-hari. *Jurnal Bisnis Dan Bank*, 5(2), 45–58.
- Laturette, A., Fauzi, R., & Santika, D. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Teknologi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 110–122.
- Lisdiana, D., & Setiyono, W. P. (2022). The Effect of Life Style, Self Control and Financial Literacy on Financial Management with Consumptive Behavior as A Moderating Variable. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 20, 1–15. <https://doi.org/10.21070/ijins.v20i.709>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial Literacy and Retirement Planning: New Evidence from the Rand American Life Panel. *The Journal of Consumer Affairs*, 45(1), 1–22. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt Literacy, Financial Experiences, and Overindebtedness. *Journal of Pension Economics & Finance*, 14(4), 332–368. <https://doi.org/10.1017/S1474747215000271>
- Mahardika, N. (2022). *Pentingnya Manajemen Keuangan Terutama bagi Mahasiswa*. Kompasiana.
- Mien, N. T., & Thao, P. H. (2015). Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam. *International Journal of Economics and Finance*, 7(4), 120–131.
- Moorjati, I. H., & Hertina, D. (2025). The Influence of Financial Technology Payment , Financial Knowledge , and Income on Financial Management Behavior (Case Study : College Students in Subang). *Dijefa*, 6(2), 1204–1217.
- Muhammad, M., Defia,), Anggarini, R., Permatasari, B., & Muhammad, M. (2024). The Influence Of Financial Literacy On Student Behaviour In Managing Finances. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(4), 4179–4190.
- Muhson, A. (2022). *Analisis Statistik Dengan SmartPLS: Path Analysis, Confirmatory Factor Analysis, dan Structural Equation Modeling*. Program Pascasarjana Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mulya, A. T., & Juwita, H. A. J. (2024). Pengaruh Financial Technology Payment,

- Financial Knowledge, dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Manajemen Riset Dan Konsumen*, 3(3), 245–260.
- Munawar, A. H., Subrata, A., & Nugraha, C. S. (2023). Kontribusi financial technology (fintech) payment terhadap perilaku manajemen keuangan pada masa pandemi COVID-19 di Kota Banjar. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Manajemen*, 19(3), —.
- Munawaroh, S., Gumilar, A., & Kurniawan, R. (2025). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi dengan Literasi Keuangan Digital sebagai Variabel Moderasi. *COSMOS: Jurnal Ilmu Pendidikan, Ekonomi Dan Teknologi*, 2(2), 355–364.
- Muntahanah, S., Hidayat, R., & Fitria, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap, dan Pengalaman terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 14(3), 210–220. <https://doi.org/10.1234/jeb.v14i3.305>
- Mustika, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Faktor Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 16(2), 150–160. <https://doi.org/10.1234/jmk.v16i2.412>
- Musytari. (2023). Metodologi Penelitian Asosiatif. *Jurnal Musytari Neraca*, 1(1), 1–10.
- Nasruddin, Darni, S., Wahyuni, S., & Febriansyah, S. (2024). The Influence of Fintech on Financial Management Behavior: A Case Study in Sigli City, Pidie Regency. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 12(2), xx--xx.
- Naufalia, R. (2022). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Shopee di DKI Jakarta. *Jurnal Aplikasi Dan Sistem Digital*, 3(2), 45–55.
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi keuangan pada generasi milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nurkanca, R. (1993). *Metode Penelitian: Proses Pengajuan Daftar Pertanyaan Secara Tertulis kepada Individu*. Penerbit XYZ.
- Nurlaila, I. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Prisma: Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 136–144.
- OECD. (2014). *Financial Education*.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). *Penguatan Sektor Jasa Keuangan Dalam Menjaga Pertumbuhan Ekonomi: Laporan Kinerja OJK Tahun 2023*. 1–292.
- Pamella, C. D., & Arif, I. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*,

- 22(2), 123–135. <https://doi.org/10.1234/jimb.v22i2.567>
- Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who is in control? The role of self-perception, knowledge, and income in explaining consumer financial behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 9(2), 299–313. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- Pratiwi, A. P., & Nugroho, S. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment dan Service Quality terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat dengan Consumer Trust sebagai Variabel Mediasi dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 71–91. <https://doi.org/10.20473/jei.v6i2.2021>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Prilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 2986–6340.
- Rahmawati, W. A., & Nurohman, Y. A. (2024). Penggunaan Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Investasi Emas di Bank Syariah. *Jurnal Wadiyah*, 9(1), 26–46. <https://doi.org/10.30762/wadiyah.v9i1.1808>
- Rajagukguk, S. C., & Sari, P. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan teman sebaya terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 242–255. <https://doi.org/10.1234/jbm.v10i2.3616>
- Ramadhani, F., & Sari, N. P. (2023). The Effect of Financial Literacy, Ease of Use and Brand Image of E-wallet on Consumptive Attitudes of Accounting Students. *Indonesian Journal of Innovation Studies (IJINS)*, 5(1), xx--xx.
- Rangkuti, F. (2021). *Metodologi Penelitian*. PT RajaGrafindo Persada.
- Rizkiyah, A., Santoso, P., & Hidayat, R. (2021). Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 78–88.
- Sari, D. P., & others. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*.
- Sari, R. (2025). Pengaruh Penggunaan Fintech dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Riset Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 45–60.
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of Market Research* (pp. 1–47). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Setyaningsih, E., Karniawati, D., & Maula, K. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang

- Mempengaruhi Penggunaan Digital Payment di Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi*, 18(1), 45–58.
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *DIALEKTIKA: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R\&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Melaporkan Penelitian*. Prenadamedia Group.
- Trisnowati, Y., Khoirina, M. M., & Putri, F. A. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Financial Management Behavior pada Mahasiswa Fokus Keilmuan Ekonomi dan Bisnis Kabupaten Gresik. *Jurnal Manajerial*, 7(2), 110–123.
- Utami, N. G. P., & Isbanah, Y. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Technology, Self Control, dan Lifestyle terhadap Financial Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 9(4), 1423–1437.
- Wahyudi, R. A., & Rochmawati, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif dengan Pengetahuan Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 45–57.
- Wahyuni, E., & Marseandi, E. D. P. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Payment terhadap Perilaku. *EKOma : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 395–407.
- Wulandari, D., & Aulia, A. (2022). Pengaruh Belanja Online dan Sistem Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Inovasi Dan Manajemen*, 5(3), 75–85.
- Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2021). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712–721. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12285>
- Yundari, N., & Artati, N. K. D. S. (2021). The Impact of Financial Literacy, Financial Behavior, and Investment Decisions on Student Outcomes. *Jurnal Ilmiah*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

NO.	VARIABEL	INDIKATOR	ITEM PERTANYAAN	Skala
1.	<i>Digital Payment</i> (X1)	<i>Perceived Ease of Use</i>	Saya merasa dengan adanya <i>digital payment</i> dapat mempermudah dalam bertransaksi, sehingga saya tidak perlu membawa uang tunai saat melakukan transaksi	1 -5
			Saya merasa <i>digital payment</i> mudah untuk dipelajari	
		<i>Perceived Usefullnes</i>	Fitur layanan yang diberikan oleh <i>digital payment</i> sesuai dengan kebutuhan	
			Dengan menggunakan <i>digital payment</i> , saya dapat melakukan transaksi lebih praktis	
		<i>Perceived Credibility</i>	Dari awal saya hingga saat ini, saya merasa aman apabila bertransaksi menggunakan digital payment	
			Selalu ada pemberitahuan pada saat saldo berkurang.	
		<i>Social Influence</i>	Saya menggunakan digital payment karena ikut – ikut teman saya.	
			Saya tertarik menggunakan digital payment karena melihat iklan di media.	
		<i>Behavior Interntions</i>	Saya menggunakan digital payment lebih dari 5 kali.	
			Saya sering menggunakan digital payment saat belanja online dan offline.	
2.	<i>Financial Literacy</i> (X2)	Kemampuan dasar tentang keuangan	Saya memahami bahwa pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu membuat perencanaan jangka pendek dan jangka panjang	1 -5
			Saya memahami bahwa melakukan evaluasi keuangan berguna untuk melihat apakah kita telah membuat rencana keuangan yang baik dan mencari tahu ada atau tidak kesalahan dalam perencanaan tersebut	
		Manajemen tabungan	Saya memahami bahwa tabungan merupakan kelebihan pendapatan setelah dikurangi pengeluaran	

			Saya memahami bahwa uang merupakan aset yang paling liquid dalam rekening tabungan saya	
		Manajemen asuransi	Menurut saya meminimalisir resiko keuangan termasuk salah satu manfaat asuransi	
			Saya mengetahui alasan utama membeli asuransi adalah untuk melindungi diri dari risiko kerugian yang mungkin terjadi.	
		Manajemen investasi	Menurut saya salah satu bentuk keuntungan investasi dalam bentuk saham adalah dividen	
			Saya memahami bahwa investasi merupakan bentuk penanaman modal atau dana yang diharapkan bisa memberikan keuntungan dimasa mendatang	
3.	Perilaku Konsumtif (Z)	Diskon	Saya membeli suatu produk karena adanya diskon. Saya membeli suatu produk karena iming – iming mendapatkan hadiah.	1 -5
		Kemasan yang menarik	Saya membeli produk karena kemasan yang menarik. saya membeli produk tanpa mempertimbangkan manfaat dari produk tersebut.	
		Gaya hidup	Saya membeli produk karena ingin tampil fashionable. Saya membeli produk karena ingin mengikuti tren yang ada.	
		Iklan	Saya tertarik membeli produk karena adanya iklan yang menarik. Saya membeli suatu produk karena menyukai model yang mengiklankan.	
		Penilaian produk	Saya membeli produk karena rating penilaian tinggi Saya membeli produk karena rekomendasi dari teman	
		Citra Merek	Saya selalu membeli produk yang sejenis dengan merek yang berbeda Saya selalu membeli produk yang sejenis dengan merek yang sama	

4.	<i>Financial Management Behavior (Y)</i>	<i>consumption</i>	Saya selalu melakukan pertimbangan sebelum membeli barang	
			Saya selalu mengatur pengeluaran dalam satu bulan	
		<i>cash – flow managemen</i>	saya dapat menyusun anggaran keuangan pribadi untuk satu bulan	
			Saya selalu dapat mengontrol pengeluaran	
		<i>Saving and investment</i>	Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung	
			Saya menabung secara konsisten untuk kebutuhan masa yang akan datang	
		<i>Credit management</i>	saya dapat membayar biaya bulanan tepat waktu	
			saya dapat mengelola pinjaman	

Lampiran 2 Data Kuisioner

1. *Digital Payment (X1)*

No.	DP1	DP2	DP3	DP4	DP5	DP6	DP7	DP8	DP9	DP10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5
3	5	5	4	5	4	5	1	1	5	5
4	4	5	5	5	5	4	1	1	5	4
5	5	5	5	5	4	5	3	2	5	5
6	5	5	5	4	4	5	1	3	5	5
7	5	4	3	4	3	3	5	5	3	4
8	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5
9	5	5	3	5	4	5	3	4	4	5
10	5	3	5	4	4	3	5	4	5	3
11	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4
12	5	5	4	5	3	1	2	2	5	5
13	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
14	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
15	5	4	4	4	3	5	2	3	4	4
16	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5
17	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4
18	5	5	5	5	3	5	1	2	5	5
19	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5

20	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
21	5	4	4	4	4	3	4	2	4	1
22	5	5	5	5	5	5	1	2	2	5
23	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
24	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3
25	3	3	3	4	2	1	2	3	3	3
26	4	3	2	3	2	3	3	1	3	3
27	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3
28	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3
29	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2
30	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4
31	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
32	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3
33	4	2	2	2	4	3	4	4	5	4
34	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2
35	5	4	5	2	3	3	3	3	3	4
36	4	3	4	2	5	2	3	3	2	3
37	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3
38	5	2	2	2	4	4	4	3	5	4
39	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
40	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4
41	5	5	5	2	5	5	2	4	5	5
42	2	2	2	3	4	2	2	2	4	4
43	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4
44	5	3	3	5	3	3	3	2	5	5
45	3	3	4	2	4	4	4	2	5	4
46	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4
47	3	5	2	5	3	1	5	3	5	4
48	5	4	3	2	4	5	4	3	5	4
49	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3
50	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4
51	5	3	2	2	4	2	4	3	5	4
52	5	4	3	2	2	3	3	2	4	3
53	5	3	3	5	5	5	5	3	5	3
54	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3
55	4	4	2	3	3	2	2	2	5	5
56	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3
57	4	3	2	3	2	3	4	3	5	4
58	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4
59	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4
60	5	4	3	2	2	2	4	3	4	4

61	4	2	3	3	3	3	3	3	5	3
62	3	2	4	2	3	3	3	3	5	4
63	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
64	4	4	3	2	3	3	4	3	5	4
65	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
66	5	3	4	4	3	3	3	3	4	3
67	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
68	4	2	3	2	5	4	3	3	5	5
69	4	2	2	2	2	3	2	3	4	4
70	5	3	3	2	3	3	2	2	4	4
71	5	5	3	4	3	2	3	3	5	5
72	3	3	4	4	4	4	2	2	3	4
73	5	4	4	4	3	2	3	4	5	4
74	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	5	3	4	3	2	2	4	4	4	3
76	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5
78	4	4	5	2	4	2	5	3	5	2
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
81	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
82	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3
83	4	2	3	3	3	3	4	3	5	4
84	4	2	2	3	3	2	4	2	4	4
85	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	4	5	4	3	3	3	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
89	5	4	3	3	3	2	3	2	5	5
90	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5
91	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4
92	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
95	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
96	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5
99	5	3	3	2	5	5	5	4	5	5
100	4	3	4	2	4	3	5	3	5	5

2. *Financial Literacy (X2)*

No.	FL1	FL2	FL3	FL4	FL5	FL6	FL7	FL8
1	3	3	3	3	3	3	3	3
2	5	4	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	4	4	5	5
7	5	5	3	4	4	5	4	2
8	5	4	4	3	5	4	3	5
9	5	4	3	5	3	4	4	4
10	5	3	5	4	5	3	5	5
11	5	4	5	3	5	4	5	4
12	5	5	3	4	3	4	4	4
13	5	5	4	4	4	5	4	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	3	3	3	3
16	4	4	5	5	4	3	5	5
17	4	4	4	4	4	4	3	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	5	5	4	4	4	5	5
20	4	5	5	4	5	5	4	4
21	5	4	4	4	4	4	4	5
22	5	5	5	5	4	2	4	5
23	5	5	5	5	5	4	5	5
24	3	3	3	2	3	1	2	3
25	3	3	2	3	3	3	3	4
26	2	3	3	3	3	2	2	2
27	4	3	3	3	3	3	3	4
28	2	2	3	3	2	2	2	3
29	3	3	3	4	3	3	3	2
30	3	2	4	3	2	4	3	3
31	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	3	3	3	3	3	3	4
33	3	4	3	4	2	2	3	3
34	2	2	3	3	2	2	2	2
35	5	5	5	3	4	3	5	5
36	4	4	3	4	4	4	4	4
37	5	4	5	5	3	3	4	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4

39	5	5	5	5	5	4	3	3
40	4	5	5	3	4	4	4	4
41	3	3	4	5	5	4	4	4
42	4	4	2	4	4	4	4	4
43	4	3	4	1	1	1	1	1
44	5	5	3	4	2	3	5	5
45	4	4	5	5	5	5	4	4
46	5	4	4	5	4	4	4	4
47	3	4	2	5	4	2	5	1
48	5	4	4	3	3	3	3	3
49	4	4	4	3	4	3	3	3
50	4	4	3	3	3	2	3	3
51	5	3	5	5	4	4	5	5
52	4	5	4	2	2	2	4	4
53	3	3	2	3	2	3	3	3
54	4	3	3	5	4	5	5	5
55	5	5	4	4	4	4	3	3
56	4	4	3	4	3	3	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	5	4	3	3	3
59	5	5	5	4	4	4	4	4
60	3	3	3	3	4	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	4	5	5	5	5	4	4	4
63	4	4	4	3	4	2	4	3
64	5	5	4	4	3	3	3	3
65	3	3	3	4	2	1	5	5
66	4	5	4	4	4	4	4	4
67	3	2	1	1	1	1	1	1
68	2	4	5	5	3	2	2	2
69	3	4	4	4	4	3	4	4
70	5	4	4	4	4	4	4	4
71	4	4	3	4	3	2	4	4
72	4	4	4	4	3	3	4	4
73	2	3	4	5	2	2	3	2
74	5	5	5	2	1	1	1	1
75	3	4	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	4	4	5	5
77	5	5	5	5	3	3	1	1
78	4	4	5	4	5	4	3	5
79	4	4	4	4	2	2	4	4

80	5	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	4	4	4	4
82	4	2	5	5	4	2	4	4	4
83	5	5	5	4	4	4	5	5	5
84	4	5	4	4	4	4	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5	3	3	3
86	5	5	5	5	2	2	2	2	2
87	2	2	2	2	2	2	2	2	2
88	1	1	3	4	2	2	2	2	2
89	5	4	4	2	2	2	2	2	2
90	5	5	5	5	2	2	2	2	2
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	1	1	1	1	1	1	2	2	2
93	5	5	5	3	3	3	3	3	3
94	5	5	5	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	1	1	1	1	1
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2
97	5	5	5	5	2	2	2	2	2
98	5	5	5	3	2	2	2	2	2
99	5	2	5	3	2	2	2	2	2
100	4	5	5	5	2	3	5	5	5

3. Perilaku Konsumtif (Z)

No.	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9	PK10	PK11	PK12
1	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
2	3	3	5	1	1	1	4	1	4	1	5	4
3	4	2	4	1	1	1	4	1	4	4	2	4
4	5	4	5	2	4	1	1	1	5	4	1	4
5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	3	3
6	2	2	3	1	1	3	2	3	4	4	3	3
7	4	3	5	4	3	5	3	5	3	5	4	3
8	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	5	4
9	5	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	3
10	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5
11	3	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	3
12	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	3	3
13	5	4	4	5	2	2	4	4	5	4	4	3
14	3	3	4	1	3	2	2	2	5	3	3	4
15	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2
16	4	3	3	3	2	1	3	1	5	2	3	3

17	5	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	5	4	3	2	2	1	3	2	3	5	5	5
19	3	2	3	3	3	3	3	2	5	4	5	5
20	4	1	4	1	3	3	4	2	4	4	4	4
21	2	1	1	1	2	1	2	1	3	2	1	2
22	5	4	5	1	2	2	4	2	5	5	2	5
23	3	3	2	2	3	2	4	2	5	4	5	3
24	2	5	4	5	5	4	5	3	3	3	3	2
25	3	2	2	4	3	4	4	2	2	2	4	3
26	4	3	3	4	2	4	4	3	3	2	3	3
27	2	3	3	3	4	4	4	3	2	1	3	3
28	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2
29	4	1	3	5	3	3	3	2	2	4	2	4
30	3	2	2	3	5	3	3	4	2	3	4	2
31	1	1	1	1	1	1	2	1	1	5	1	1
32	2	3	3	3	4	4	4	3	2	1	3	3
33	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	2
34	1	1	1	1	1	3	3	2	2	3	1	3
35	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	4
36	5	4	4	5	4	5	2	2	4	4	4	3
37	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	4	1
38	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	5	2
39	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4
40	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	3	1
41	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5
42	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	2	2
43	4	4	4	4	3	2	3	1	5	3	4	1
44	5	3	4	5	4	5	3	3	3	5	5	3
45	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	3	2
46	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
47	5	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5
48	5	4	5	5	5	5	2	2	5	5	5	4
49	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2
50	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3
51	5	5	4	5	4	5	1	2	5	5	5	1
52	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	4	1
53	1	1	1	1	2	3	4	3	1	2	3	4
54	5	5	4	5	5	5	3	1	5	4	3	1
55	5	5	5	5	4	4	3	3	2	3	4	3
56	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4
57	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4

58	5	4	4	4	3	4	2	3	5	4	4	4
59	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	3
60	1	1	1	1	1	1	5	4	1	1	3	4
61	5	5	5	5	5	3	1	3	5	4	4	4
62	5	5	5	5	4	3	2	3	5	5	4	2
63	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	2
64	5	4	4	4	3	5	3	3	3	3	5	3
65	5	4	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1
66	4	4	4	5	4	4	2	3	5	3	5	4
67	1	1	1	1	3	3	5	4	1	1	1	3
68	5	5	5	5	4	2	2	4	5	5	5	1
69	5	5	5	5	4	5	1	1	5	4	5	5
70	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
71	5	5	4	5	5	5	3	2	5	5	4	4
72	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	2
73	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	1
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	4	5	5	3	2	3	5	5	3	3
76	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5
77	3	2	2	2	3	5	1	1	5	5	5	1
78	4	5	5	4	5	5	1	4	3	3	5	5
79	5	4	4	4	2	4	2	4	5	4	5	4
80	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3
81	2	4	4	4	2	4	1	3	1	1	4	2
82	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	3	2
83	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
84	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	2
85	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	2	2
86	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
93	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	4	5	1	2	5	5	4	2
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5
97	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	3
98	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5

99	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	5	3
100	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3

4. *Financial Management Behavior (Y)*

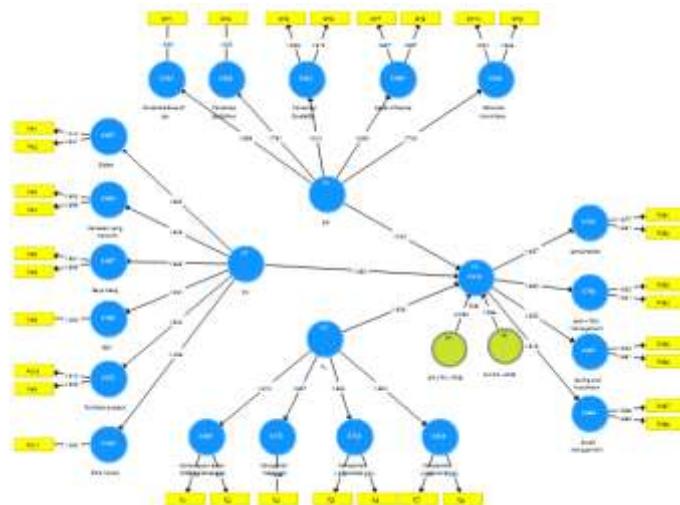
No.	FMB1	FMB2	FMB3	FMB4	FMB5	FMB6	FMB7	FMB8
1	2	2	3	3	3	3	4	5
2	5	5	5	5	5	5	2	1
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	2	2	2	5	2
5	5	2	3	1	3	3	5	5
6	5	4	5	4	5	5	5	5
7	5	4	5	4	4	5	4	4
8	5	3	5	3	4	4	4	4
9	4	5	4	5	4	4	4	3
10	5	4	4	3	5	5	3	5
11	4	5	4	4	5	4	4	5
12	5	4	4	3	4	4	3	3
13	5	5	5	4	4	5	4	5
14	5	5	4	4	4	3	5	5
15	4	5	4	3	3	3	3	4
16	5	4	5	4	3	3	3	3
17	3	3	3	3	5	4	5	5
18	4	3	3	3	4	4	4	3
19	5	5	5	5	4	4	5	4
20	4	5	4	5	4	4	5	5
21	5	2	2	4	2	3	1	1
22	5	5	5	3	3	3	5	5
23	5	5	5	4	5	4	5	5
24	2	3	3	1	2	3	3	2
25	3	4	2	3	3	2	3	3
26	3	3	3	2	3	3	2	3
27	3	2	3	4	4	2	3	3
28	2	3	3	2	1	2	2	3
29	1	2	4	3	2	1	3	4
30	2	3	2	3	3	2	3	2
31	5	5	5	5	5	5	5	5
32	3	2	3	4	4	2	3	3
33	4	4	4	4	3	3	5	4
34	1	2	2	2	3	3	2	2
35	5	4	5	5	5	4	3	5

36	5	4	4	4	4	3	2	3
37	4	5	4	4	4	3	4	5
38	5	2	2	4	4	3	2	4
39	5	5	5	5	5	4	5	4
40	4	5	5	3	5	4	4	3
41	5	5	3	4	4	3	5	5
42	4	4	4	2	2	2	4	4
43	4	4	4	2	3	3	4	2
44	5	5	4	4	5	4	5	4
45	5	5	5	5	5	4	5	5
46	5	5	4	4	5	4	5	5
47	5	4	3	2	1	2	1	4
48	4	4	4	3	3	3	4	3
49	4	4	4	4	3	3	4	3
50	3	4	4	3	3	3	4	3
51	5	5	3	5	5	5	5	5
52	5	4	4	2	2	3	4	4
53	1	1	2	1	1	3	2	3
54	5	3	3	3	2	3	3	5
55	4	4	4	4	4	5	3	3
56	5	3	3	4	3	4	4	2
57	5	4	4	4	4	3	4	4
58	5	5	4	4	4	3	4	4
59	4	4	4	4	3	4	5	5
60	2	2	2	4	4	3	2	3
61	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	4	4	4	4	4	5	5
63	4	3	3	3	3	4	3	3
64	5	5	4	3	3	5	3	5
65	5	3	1	1	2	2	2	1
66	5	4	3	4	4	5	5	5
67	1	4	4	2	2	2	1	1
68	4	4	4	2	4	4	3	1
69	4	4	2	3	5	4	5	3
70	4	4	5	5	4	4	5	4
71	4	4	2	2	4	4	5	5
72	4	4	4	4	4	4	3	4
73	1	4	1	4	3	3	1	5
74	5	5	5	5	5	5	5	3
75	4	3	4	3	2	3	4	3
76	5	5	5	5	5	4	5	5

77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	4	4	4	3	5	5	5
79	5	4	3	4	2	3	2	4
80	5	5	5	4	3	3	3	4
81	4	5	5	5	5	4	5	5
82	5	3	5	4	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	3	5	5
84	5	4	4	5	5	3	4	4
85	5	5	5	5	5	3	5	5
86	5	5	5	5	5	3	5	5
87	2	2	2	2	2	3	2	2
88	2	5	2	2	3	4	2	3
89	5	5	5	5	5	3	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	4	5	5
92	1	1	1	1	2	3	2	3
93	5	5	5	5	5	4	5	5
94	5	5	5	5	5	5	4	5
95	2	3	3	3	3	4	3	3
96	5	2	3	4	2	3	4	4
97	5	5	5	5	5	4	5	5
98	5	5	5	5	5	4	5	3
99	5	4	5	5	2	3	5	3
100	5	5	5	5	5	4	5	4

Lampiran 3. Hasil Output Smart PLS

Outer Loading



Fornell-Lacker Criterion Digital Payment

	DP	DP1	DP2	DP3	DP4	DP5
DP	0.774					
DP1	0.659	1.000				
DP2	0.791	0.388	1.000			
DP3	0.912	0.433	0.667	0.908		
DP4	0.309	0.188	0.269	0.314	0.897	
DP5	0.740	0.471	0.423	0.579	0.222	0.880

Fornell-Lacker Criterion Financial Literacy

	FL	FL1	FL2	FL3	FL4
FL	0.772				
FL2	0.812	0.935			
FL3	0.687	0.664	1.000		
FL4	0.864	0.510	0.425	0.953	
FL5	0.804	0.426	0.315	0.725	0.960

Fornell-Lacker Criterion Perilaku Konsumtif

	PK	PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6
PK	0.817						
PK1	0.952	0.939					
PK2	0.949	0.914	0.900				

PK3	0.835	0.695	0.775	0.915			
PK4	0.291	0.242	0.304	0.362	1.000		
PK5	0.822	0.759	0.670	0.519	0.130	0.909	
PK6	0.496	0.481	0.495	0.414	0.220	0.370	1.000

Fornell-Lacker Criterion Financial Management Behavior

	FMB	FMB1	FMB2	FMB3	FMB4
FMB	0.761				
FMB1	0.867	0.884			
FMB2	0.890	0.743	0.900		
FMB3	0.835	0.604	0.661	0.901	
FMB4	0.815	0.598	0.616	0.585	0.889

Cross Loading Digital Payment

	DP	Perceived Ease of Use	Perceived Usefullnes	Perceived Credibility	Social Influence	Behavior Interntions
DP1	0.659	1.000	0.388	0.433	0.188	0.471
DP3	0.791	0.388	1.000	0.667	0.269	0.423
DP5	0.820	0.386	0.598	0.906	0.321	0.521
DP6	0.836	0.401	0.613	0.910	0.249	0.531
DP7	0.277	0.169	0.225	0.297	0.897	0.225
DP8	0.277	0.168	0.257	0.266	0.897	0.173
DP9	0.520	0.406	0.298	0.417	0.248	0.833
DP10	0.751	0.426	0.429	0.581	0.162	0.924

Cross Loading Financial Literacy

	FL	Kemampuan dasar tentang keuangan	Manajemen tabungan	Manajemen investasi	Manajemen asuransi
FL1	0.765	0.936	0.635	0.478	0.405
FL2	0.754	0.934	0.606	0.476	0.392
FL3	0.687	0.664	1.000	0.425	0.315
FL5	0.830	0.471	0.453	0.954	0.700
FL6	0.817	0.503	0.356	0.953	0.683
FL7	0.774	0.421	0.286	0.701	0.960
FL8	0.769	0.397	0.319	0.692	0.960

Cross Loading Perilaku Konsumtif

	PK	Diskon	Kemasan yang menarik	Gaya hidup	Iklan	Penilaian Produk	Citra merek
PK1	0.887	0.938	0.834	0.599	0.188	0.769	0.416
PK2	0.902	0.941	0.882	0.705	0.266	0.659	0.486
PK3	0.860	0.859	0.902	0.610	0.223	0.671	0.411
PK4	0.847	0.784	0.898	0.786	0.324	0.534	0.481
PK5	0.826	0.716	0.762	0.931	0.337	0.548	0.351
PK6	0.692	0.541	0.649	0.899	0.326	0.389	0.413
PK8	0.291	0.242	0.304	0.362	1.000	0.130	0.220
PK9	0.747	0.724	0.614	0.425	0.052	0.909	0.364
PK10	0.748	0.656	0.605	0.519	0.184	0.910	0.309
PK11	0.496	0.481	0.495	0.414	0.220	0.370	1.000

Cross Loading Financial Management Behavior

	FMB	Consumtion	Cash-flow management	Saving and investment	Credit management
FMB1	0.743	0.877	0.620	0.496	0.527
FMB2	0.788	0.891	0.691	0.571	0.530
FMB3	0.800	0.711	0.900	0.539	0.563
FMB4	0.803	0.627	0.901	0.652	0.546
FMB5	0.817	0.588	0.688	0.920	0.593
FMB6	0.677	0.494	0.487	0.881	0.450
FMB7	0.781	0.597	0.610	0.562	0.908
FMB8	0.661	0.457	0.475	0.471	0.869

Cross Loading Moderasi Perilaku Konsumtif

	DP	FL	PK	FMB	DP*PK	FL*PK
DP*PK	-0.048	-0.475	-0.054	-0.379	1.000	0.270
FL*PK	-0.390	-0.225	-0.245	-0.212	0.270	1.000

Average Variance Extracted (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)
DP	0.599
Perceived Ease of Use	1.000
Perceived Usefullnes	1.000
Perceived Credibility	0.824

<i>Behavior Interntions</i>	0.774
<i>Social Influence</i>	0.804
FL	0.596
Kemampuan dasar tentang keuangan	0.874
Manajemen tabungan	1.000
Manajemen investasi	0.909
Manajemen asuransi	0.922
FMB	0.579
<i>consumption</i>	0.781
<i>cash – flow management</i>	0.811
<i>Saving and investment</i>	0.812
<i>Credit management</i>	0.790
PK	0.667
Diskon	0.883
Kemasan yang menarik	0.810
Gaya hidup	0.837
Iklan	1.000
Penilaian produk	0.827
Citra Merek	1.000

Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
DP	0.830	0.881
<i>Perceived Ease of Use</i>	1.000	1.000
<i>Perceived Usefullnes</i>	1.000	1.000
<i>Perceived Credibility</i>	0.787	0.904
<i>Social Influence</i>	0.757	0.892
<i>Behavior Interntions</i>	0.716	0.872
FL	0.886	0.911
Kemampuan dasar tentang keuangan	0.855	0.933
Manajemen tabungan	1.000	1.000
Manajemen investasi	0.900	0.952
Manajemen asuransi	0.915	0.959
FMB	0.895	0.916
<i>consumption</i>	0.720	0.877
<i>cash – flow management</i>	0.766	0.895
<i>Saving and investment</i>	0.770	0.896
<i>Credit management</i>	0.736	0.883
PK	0.927	0.941

Diskon	0.867	0.938
Kemasan yang menarik	0.765	0.895
Gaya hidup	0.807	0.911
Iklan	1.000	1.000
Penilaian produk	0.791	0.905
Citra Merek	1.000	1.000

R-Square

	R Square	R Square Adjusted
<i>Financial Management Behavior</i>	0.616	0.596

F- Square

	F Square
DP→FMB	0.125
FL→FMB	0.710
PK X DP →FMB	0.017
PK X FL →FMB	0.025

Q-Square

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
<i>Digital Payment</i>	500.000	500.000	
<i>Financial Literacy</i>	700.000	700.000	
Perilaku Konsumtif	800.000	800.000	
<i>Financial Management Behavior</i>	800.000	524.537	0,344

Path Coefficient (Bootstrapping)

	Original sampel (O)	T statistics	P values	Keterangan
DP →FMB	0.242	3.607	0.0000	Diterima
FL →FMB	0.606	6.621	0.0000	Diterima

Uji Pengaruh Moderasi

	Original sampel (O)	T statistics	P values	Keterangan
PK X DP →FMB	-0.090	1.178	0.240	Ditolak
PK X FL →FMB	0.088	1.371	0.172	Ditolak

Lampiran 4. Lembar Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimili (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Puji Endah Purnamasari, MM
NIGIT : 198710022015032004
Jabatan : UP2M

Menjelaskan bahwa siswa berikut :

Nama : M. Khanif Mustafid
NIM : 220501110227
: Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : *Peran Pembayaran Digital Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)*

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan LOLOS PLAGIARISM dari TURNITIN dengan nilai *Originality report* :

INDEKS KESAMAAN	SUMBER INTERNET	PUBLIKASI	MAKALAH MAHASISWA
24%	19%	11%	17%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dibenarkan sebagaimana mestinya.

Malang, 18 Desember 2025
UP2M



Puji Endah Purnamasari, MM

Lampiran 5. Biodata Peneliti

Nama Lengkap : M. Khanif Mustafid

Tempat, tanggal lahir : Purbalingga, 17 Maret 2002

Alamat Asal : Ds. Tamansari, Kec. Karangmoncol, Kab. Purbalingga

Telepon/HP : 083869323012

E-mail : 220501110227@student.uin-malang.ac.id

Instagram : mustafidkhanif_

Pendidikan Formal

2008-2014 : MI Ma`arif NU 01 Tamansari

2014-2017 : Mts Hasyim Asy`ari Tunjungmuli

2017-2020 : SMK Al-Fatah Banjarnegara

2022-2025 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
(UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) Universitas
Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

2023-2024 : Program Pengembangan Bahasa Inggris (PKPBI) Universitas
Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota UKM KOMMUST UIN Malang tahun 2023
- Koordinator Departemen MSDM Organisasi Daerah KM-Plat R Malang Raya tahun 2023-2024
- Wakil Ketua Umum Organisasi Daerah KM-Plat R Malang Raya tahun 2024-2025

Lampiran 6. Rekapan Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 220501110227
Nama : M. Khanif Mustafid
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Mega Noerman Ningtyas, M.Sc
Judul Skripsi : PERAN DIGITAL PAYMENT DAN FINANCIAL LITERACY TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Pada Mahasiswa Kota Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	3 September 2025	Pengajuan judul penelitian dan outline proposal skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	15 September 2025	Bimbingan terkait indikator beserta item pertanyaan untuk masing-masing variabel	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	19 September 2025	Bimbingan terkait BAB I dan perbaikan terkait indikator variabel	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	25 September 2025	Bimbingan revisian terkait BAB I dan BAB II	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	1 Oktober 2025	Bimbingan terkait revisi bab I, II, dan III	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	3 Oktober 2025	Menyerahkan hasil revisi bab I II dan III	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	4 Oktober 2025	Bimbingan terkait revisian bab II bab III	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	5 Oktober 2025	Menyerahkan hasil revisi bab II dan bab III	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	3 November 2025	Bimbingan bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

10	10 November 2025	bimbingan bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
11	14 November 2025	bimbingan revisi bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
12	19 November 2025	bimbingan revisi bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
13	29 November 2025	bimbingan revisi bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
14	4 Desember 2025	bimbingan bab 4	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
15	9 Desember 2025	revisi bab 4 dan bimbingan bab 5	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
16	15 Desember 2025	bimbingan bab 5 dan review hasil akhir	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 15 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Mega Noerman Ningtyas, M.Sc