

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINTECH*, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF*
CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI



Oleh

Novita Tri Wulandari

NIM: 220501110128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINTECH*, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF*
CONTROL SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

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



Oleh

Novita Tri Wulandari

NIM: 220501110128

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINTECH, DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF
CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Mahasiswa UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Oleh

Novita Tri Wulandari

NIM : 220501110128

Telah Disetujui Pada Tanggal 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

NIP. 196702271998032001

LEMBAR PENGESAHAN

The Influence of Financial Literacy, Fintech, and Lifestyle on Consumptive Behavior with Self-Control as a Mediating on Students

SKRIPSI

Oleh

NOVITA TRI WULANDARI

NIM : 220501110128

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 24 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Ayub Wijayati Sapta Pradana, M.Si

NIP. 198609082019032008

2 Anggota Penguji

Dr. Indah Yuliana, SE., MM

NIP. 197409182003122004

3 Sekretaris Penguji

Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

NIP. 196702271998032001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, M.M

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Tri Wulandari
NIM : 220501110128
Fakultas : Ekonomi/Manajemen

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

Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech*, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Self Control* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) adalah karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau Pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 2 Juni 2026

Hormat Saya,



Novita Tri Wulandari

NIM: 220501110128

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya skripsi ini sebagai wujud terima kasih kepada Allah SWT, Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Atas limpahan rahmat, bimbingan serta pertolongan-Nya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik bagi seluruh umat manusia dalam menapaki jalan kebenaran.

Skripsi ini penulis dedikasikan kepada mama, papa, dan keluarga besar sebagai sumber kekuatan dan semangat dalam setiap perjuangan. Doa, kasih, dan pengorbanan yang tanpa henti mereka berikan, baik dalam bentuk moral maupun material, menjadi penerang dalam setiap perjalanan hidup ini. Persembahan ini menjadi simbol kecil dari cinta dan perjuangan besar yang telah Papa dan Mama berikan. Ucapan terimakasih juga di tujukan kepada kakak-kakak tersayang atas dukungan, bantuan dan semangat yang tidak pernah surut. Kehadiran kalian menjadi kekuatan besar yang membantu penulis menyelesaikan studi dalam delapan semester.

Apresiasi yang mendalam penulis sampaikan kepada dosen pembimbing, Ibu Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si., atas bimbingan yang sabar, bijaksana, dan penuh ketulusan. Setiap arahan, kritik, motivasi yang di berikan telah menjadi pendorong besar bagi penulis untuk terus belajar dan berkembang hingga karya ini terselesaikan. Akhirnya, terimakasih tertuju kepada diri sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah meski menghadapi berbagai rintangan.

HALAMAN MOTTO

"Terlambat Memulai, Bukan Berarti Menyerah"

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah -Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech*, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif dengan *Self Control* Sebagai Variabel Mediasi”. Semoga shalawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang telah menuntun kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan tugas akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan, bantuan dan pemikiran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si, selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc, M.E.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Setiani, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Muhammad Nanang Choirudin S.E, M.M, selaku Sekretaris Progam Studi Manajemen UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Ibu Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dan motivasi selama proses pengerjaan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
7. Kepada Bapak Suwarno dan Ibu Murtini serta kakak-kakak penulis, terima kasih karena kalian tetap percaya padaku saat aku sendiri ragu. Dari kegagalan demi kegagalan hingga akhirnya sampai di titik ini, kalian adalah alasan aku tidak menyerah.

8. Sahabat terkasih saya Osy, Fita, dan Laily, terimakasih sudah membersamai saya di awal masa-masa perkuliahan sampai saat ini, semoga pertemanan ini selalu terjaga meskipun nantinya akan kembali ke kota masing-masing
9. Sahabat tersayang Salsa, Dini, Yoncu, Sevi, dan Kholis, terimakasih selalu memberikan warna disetiap perjalanan kuliah ini, semoga persahabatan ini sampai kakek nenek ya.
10. Sahabat tercinta Tiara dan Caesil, terimakasih sudah hadir sebagai pembawa keceriaan dan kebahagiaan di saat saya hilang arah, semoga pertemanan ini till jannah ya best.
11. Sahabat KKN tersayang Sania, Azza, Aini, dan Adel, terimakasih sudah hadir sebagai pemberi semangat dan selalu menerima segala keluh kesahku, semoga pertemanan ini sampe nenek-nenek ya.
12. Teman seperjuangan dan seperbimbingan Rara dan Berlia, terimakasih sudah selalu memberi support dan arahan ketika aku hilang arah, semoga di masa depan kita bisa berhasil meraih apa yang kita inginkan.
13. Sahabat terkasih, tersayang, dan tercinta Hanum Melani Agustin pemilik NIM 220501110136, terimakasih sudah membersamai dari awal perkuliahan sampai akhir masa perkuliahan ini, terimakasih sudah selalu ada disaat suka dan duka selama ini, entah berapa ribu maaf yang sudah kita lewati sampai pada titik dimana kita saling menguatkan bahwa "kita pasti bisa" melewati akhir perkuliahan ini.
14. Sahabat terkasih, tersayang, dan tercinta juga Ichsanul Fikri, terimakasih sudah menjadi kakak, pembimbing, guru di saat aku kehilangan arah tentang semua ini. Terimakasih sudah selalu ada dan selalu membantu di setiap kesulitan yang saya hadapi. Terimakasih sudah menjadi penerang di jalan yang terasa gelap dan terimakasih sudah menjadi warna di setiap ceritaku.
15. Teman seperjuangan Manajemen angkatan 2022, terimakasih sudah saling berbagi ilmu dan informasi. Semoga diperjalanan berikutnya selalu dipermudah dan dilancarkan.

16. Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih sudah bertahan saat rasanya ingin berhenti. Setiap kegagalan dulu hanyalah jalan memutar, bukan akhir. Kamu hebat karena tetap percaya bahwa waktu Allah selalu indah pada waktunya.

Penulis menyadari skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga bermanfaat bagi pembaca. Aamiin.

Malang, 8 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal.
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
المخلص.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
1.5 Batasan Penelitian.....	19
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
2.2 Kajian Teoritis	37
2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	37
2.2.2 Literasi Keuangan	41
2.2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan.....	41
2.2.2.2 Indikator Literasi Keuangan	42
2.2.2.3 Literasi Keuangan dalam Islam	44
2.2.3 <i>Financial Technology (Fintech)</i>	46
2.2.3.1 Pengertian <i>Financial Technology (Fintech)</i>	46

2.2.3.2	Indikator <i>Financial Technology (Fintech)</i>	46
2.2.3.3	Financial Technology (Fintech) dalam Islam	48
2.2.4	Gaya Hidup	51
2.2.4.1	Pengertian Gaya Hidup	52
2.2.4.2	Indikator Gaya Hidup	52
2.2.4.3	Gaya Hidup dalam Islam	54
2.2.5	Perilaku Konsumtif	56
2.2.5.1	Pengertian Perilaku Konsumtif	56
2.2.5.2	Indikator Perilaku Konsumtif	57
2.2.5.3	Perilaku Konsumtif dalam Islam	59
2.2.6	<i>Self-Control</i>	62
2.2.6.1	Pengertian <i>Self-Control</i>	62
2.2.6.2	Indikator <i>Self-Control</i>	63
2.2.6.3	<i>Self-Control</i> dalam Islam	64
2.3	Pengaruh Antar Variabel	66
2.3.1	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif	66
2.3.2	Pengaruh <i>Fintech</i> terhadap Perilaku Konsumtif	67
2.3.3	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	68
2.3.4	Pengaruh <i>Self-Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif	69
2.3.5	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui <i>Self-control</i> sebagai variabel mediasi	70
2.3.6	Pengaruh <i>Fintech</i> terhadap Perilaku Konsumtif melalui <i>Self-Control</i> sebagai variabel mediasi	71
2.3.7	Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui <i>Self-Control</i> sebagai variabel mediasi.	72
2.4	Kerangka Konseptual	75
BAB III	METODE PENELITIAN	77
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	77
3.2	Lokasi Penelitian	77
3.3	Populasi dan Sampel	78
3.5	Data dan Jenis Data	81

3.8	Definisi Operasional Variabel.....	83
3.9	Analisis Data	90
3.9.2	Analisis Inferensial.....	91
3.9.2.1	Outer Model.....	93
3.9.2.2	Inner Model	97
3.9.2.3	Uji Mediasi	98
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		100
4.1	Hasil Penelitian.....	100
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	100
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	101
4.1.3	Analisis Data Uji Kualitas Data (Outer Model).....	112
4.2	Pembahasan	130
4.2.1	Pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif	130
4.2.3	Pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif	134
4.2.4	Pengaruh negatif <i>self-control</i> terhadap perilaku konsumtif.....	136
4.2.5	Pengaruh positif literasi keuangan melalui <i>self-control</i> terhadap perilaku konsumtif	139
4.2.6	Pengaruh positif gaya hidup melalui <i>self-control</i> terhadap perilaku konsumtif	143
BAB V PENUTUP		146
5.1	KESIMPULAN.....	146
5.2	SARAN	148
DAFTAR PUSTAKA.....		151
DATA LAMPIRAN		157

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan	37
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran	82
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	83
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	102
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	103
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	104
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	106
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Fintech.....	107
Tabel 4. 6 Internal Variabel Penelitian	108
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Literasi keuangan (X1)	109
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Fintech (X2)	110
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X3)	110
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Self-Control (Z)	111
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Keuangan (Y)....	112
Tabel 4. 12 Nilai Loading Factor	113
Tabel 4. 13 Validitas Deskriminan	115
Tabel 4. 14 Nilai Reliabilitas Komposit dan Cronbach's Alpha	117
Tabel 4. 15 Nilai R-Square	118
Tabel 4. 16 Nilai F-Square	119
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Direct Effect).....	122
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	127

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. 1 Nilai E-Commerce di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	38
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal.
Lampiran 1: Biodata Peneliti	157
Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian	158
Lampiran 3: Hasil dan data kuisisioner.....	165
Lampiran 4: Hasil Uji Smart PLS 3	212
Lampiran 5: Hasil izin penelitian data mahasiswa UIN Malang	218
Lampiran 6: Jurnal Bimbingan	219
Lampiran 7: Bebas Plagiarisme	220

ABSTRAK

Wulandari, Novita Tri, 2026, SKRIPSI. Judul: "Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech*, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Mahasiswa Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

Pembimbing : Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

Kata Kunci : Literasi Keuangan, *Fintech*, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, *Self Control*, Mahasiswa

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses layanan keuangan telah mengubah kebiasaan belanja mahasiswa, memicu kecenderungan perilaku konsumtif. Fenomena ini dipengaruhi oleh literasi keuangan, pemanfaatan fintech, dan gaya hidup kekinian. Kemampuan pengendalian diri (*self-control*) diduga berperan sebagai mekanisme psikologis yang memperkuat atau melemahkan pengaruh faktor-faktor tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis dampak literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, serta menguji peran *self-control* sebagai variabel mediasi.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan rancangan explanatory research. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang disebarakan kepada 424 mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, kemudian dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) melalui SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, artinya mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan lebih baik cenderung terhindar dari perilaku belanja berlebihan. Sebaliknya, fintech dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, karena kemudahan transaksi digital dan dorongan mengikuti tren mendorong pola konsumsi berlebih. *Self-control* terbukti berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif dan mampu menjadi variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengendalian diri merupakan mekanisme kunci dalam menerjemahkan pengetahuan keuangan, kemudahan teknologi, dan gaya hidup menjadi perilaku konsumsi yang bijaksana. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan ilmu perilaku keuangan sekaligus manfaat praktis bagi mahasiswa.

ABSTRACT

Wulandari, Novita Tri, 2026, The Influence of Financial Literacy, Fintech, and Lifestyle on Consumptive Behavior with Self-Control as a Mediating Variable (Study on Students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

Advisor : Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

Keywords : Financial Literacy, Financial Technology (Fintech), Lifestyle, Self-Control, Consumptive Behavior, Students.

The rapid development of digital technology and easy access to financial services have transformed students' spending habits, triggering consumptive behavior. This phenomenon is influenced by financial literacy, the use of financial technology (fintech), and contemporary lifestyles. Self-control is presumed to serve as a psychological mechanism that strengthens or weakens the influence of these factors. This study aims to analyze the impact of financial literacy, fintech, and lifestyle on the consumptive behavior of students at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, and to examine the role of self-control as a mediating variable.

This study employs a quantitative method with an explanatory research design. Data were collected through an online questionnaire distributed to 424 active students of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang and analyzed using Partial Least Square (PLS) through SmartPLS 3.0.

The results indicate that financial literacy has a negative effect on consumptive behavior, meaning students with better financial understanding tend to avoid excessive spending. Conversely, fintech and lifestyle have a positive effect on consumptive behavior, as the convenience of digital transactions and the desire to follow current trends encourage overconsumption. Self-control is proven to negatively affect consumptive behavior and serves as a significant mediating variable in the relationship between financial literacy, fintech, and lifestyle with consumptive behavior. This indicates that enhancing self-control is a key mechanism in translating financial knowledge, technological convenience, and lifestyle into wiser consumption decisions. This study is expected to contribute theoretically to financial behavior science and provide practical benefits for students.

الملخص

وولانداري، نوفيتا تري، 2026، أطروحة. العنوان: "تأثير الثقافة المالية والتكنولوجيا المالية ونمط الحياة على سلوك الطلاب مع اعتبار ضبط النفس متغيرًا وسيطًا (دراسة على طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج)

المشرف: د. الحاج عمرتول خاسانة، ماجستير

الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية، التكنولوجيا المالية، نمط الحياة، السلوك الاستهلاكي، ضبط النفس، الطلاب

أدى تطور التكنولوجيا الرقمية وسهولة الوصول إلى الخدمات المالية إلى تغيير عادات الإنفاق لدى الطلاب، مما أدى في كثير من الأحيان إلى ظهور نزعات استهلاكية. تتأثر هذه الظاهرة بعوامل مختلفة، مثل مستوى الثقافة المالية، واستخدام التكنولوجيا المالية، وأنماط الحياة المعاصرة. يُعتقد أن ضبط النفس يلعب دورًا حاسمًا كآلية نفسية تُعزز أو تُضعف تأثير هذه العوامل على سلوك المستهلك. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الثقافة المالية والتكنولوجيا المالية ونمط الحياة على سلوك المستهلك لدى طلاب جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، ودراسة دور ضبط النفس كمتغير وسيط.

استخدمت هذه الدراسة المنهج الكمي بتصميم بحثي تفسيري. جُمعت البيانات من خلال استبيان إلكتروني وُزع على الطلاب المسجلين في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية في مالانج، حيث شارك 424 طالبًا. ثم خُللت البيانات باستخدام طريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS) بمساعدة برنامج Smart-PLS 3.0.

تشير النتائج إلى أن الثقافة المالية لها تأثير سلبي على سلوك المستهلك. بمعنى آخر، يميل الطلاب الأكثر دراية بالشؤون المالية إلى تجنب عادات الإنفاق المفرط. في المقابل، تؤثر التكنولوجيا المالية وأسلوب الحياة إيجابًا على سلوك المستهلك، إذ تشجع سهولة المعاملات الرقمية والرغبة في مواكبة أحدث الصيحات على أنماط الاستهلاك المفرط. في الوقت نفسه، تبين أن ضبط النفس له تأثير سلبي على سلوك المستهلك. وبنفس القدر من الأهمية، يمكن أن يكون ضبط النفس متغيرًا وسيطًا هامًا في العلاقة بين الثقافة المالية والتكنولوجيا المالية وأسلوب الحياة وسلوك المستهلك. يشير هذا إلى أن زيادة ضبط النفس آلية رئيسية تلعب دورًا في ترجمة المعرفة المالية والراحة التكنولوجية وأسلوب الحياة إلى سلوك استهلاكي حكيم، أو العكس. من المتوقع أن يقدم هذا البحث إسهامات نظرية لتطوير علم التمويل السلوكي، فضلًا عن فوائد عملية للطلاب.

BAB I

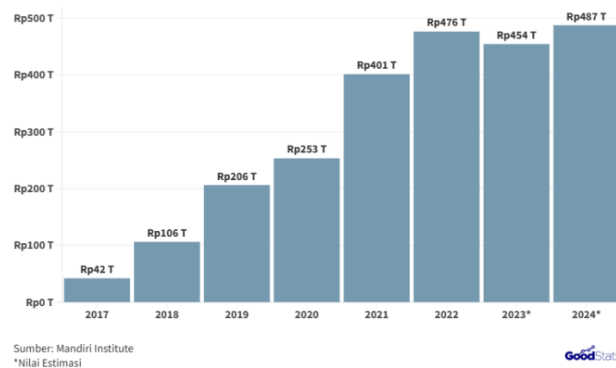
PENDAHULUAN

Dalam Bab I ini, peneliti akan membahas pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan penelitian sebagai berikut:

1.1 Latar Belakang

Sebanyak 221 juta pengguna internet atau sekitar 79,5% dari total penduduk Indonesia tercatat sebagai tingkat penetrasi internet nasional berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024. Kenaikan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya dari angka tersebut mencerminkan kebergantungan masyarakat Indonesia yang semakin tinggi pada teknologi digital dalam rutinitas sehari-hari. Berbagai dimensi kehidupan masyarakat telah diubah oleh kemajuan teknologi dan digitalisasi yang sangat pesat selama beberapa dekade terakhir, khususnya dalam pengelolaan serta pola pemanfaatan keuangan. Pemanfaatan perangkat gawai saat ini membuat seluruh kegiatan ekonomi dapat dilakukan secara online, mulai dari melakukan transaksi antar wilayah, membayar tagihan, hingga berbelanja.

Gambar 1. 1
Nilai E-Commerce di Indonesia



Sumber : *GoodStats* (2024)

Selain itu, digitalisasi ekonomi juga tercermin dari meningkatnya aktivitas perdagangan elektronik (*e-commerce*). Berdasarkan laporan *GoodStats* (2024), nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp487 triliun pada tahun 2024, meningkat tajam dibandingkan beberapa tahun sebelumnya. Capaian ini memperkuat status Indonesia sebagai salah satu pasar digital terkemuka di wilayah Asia Tenggara. Kenaikan yang drastis ini mengindikasikan bahwa masyarakat, terutama mahasiswa dan generasi muda lainnya, semakin mahir dalam menjalankan kegiatan ekonomi secara online. Meski begitu, kemudahan untuk mengakses platform digital juga membawa tantangan baru, yaitu munculnya kecenderungan perilaku konsumtif. Kalangan usia muda, termasuk mahasiswa yang hidup di lingkungan sosial dan teknologi yang sangat pesat, dinamis, serta terintegrasi secara digital, sering kali menjadi subjek tempat fenomena ini terjadi. Tanpa perencanaan yang matang, individu pada akhirnya jadi lebih mudah melakukan pembelian impulsif.

Dorongan keinginan daripada kebutuhan yang objektif memengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan serta tidak rasional, yang menempatkan perilaku konsumtif sebagai salah satu manifestasi perilaku ekonomi tersebut (Engel et al., 1994). Kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara spontan dan berulang tanpa adanya evaluasi yang mendalam merujuk pada konsep impulse buying dan compulsive buying, yang dalam psikologi konsumen sering dikaitkan dengan perilaku konsumtif (Faber & O'Guinn, 1992). Gaya hidup modern, pengaruh teman sebaya, serta kemudahan akses terhadap platform digital dan layanan keuangan berbasis teknologi (fintech) menjadi pemicu yang sering menimbulkan perilaku konsumtif dalam konteks mahasiswa. Menurut teori consumer behavior, keputusan konsumsi itu sendiri dipengaruhi oleh faktor eksternal, termasuk lingkungan sosial dan media pemasaran, serta faktor internal, seperti motivasi, persepsi, dan kepribadian.

Niat (behavioral intention) menjadi pembentuk perilaku individu dalam Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikenalkan oleh Ajzen (1991) dalam Albert Bandura. Tiga komponen utama yang memengaruhi niat tersebut meliputi persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control), norma subjektif (subjective norms), serta sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior) (Bandura, 1991). Niat untuk melakukan pembelian secara impulsif akan diperkuat oleh rendahnya persepsi kontrol diri, norma sosial yang mendorong konsumsi berlebihan, serta adanya sikap positif terhadap aktivitas belanja dalam konteks perilaku konsumtif. Pengaruh dorongan konsumtif

ketika berhadapan dengan iklan atau promosi digital membuat individu dengan tingkat self control yang rendah menjadi lebih rentan, sesuai dengan teori yang dikemukakan (Jain et al., 2023). Kemudahan dalam menggunakan e-money serta gaya hidup memengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa, yang kemudian efek kepuasan instan (instant gratification) ditimbulkan oleh kondisi tersebut (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022).

Perguruan tinggi menjadi lingkungan tempat semakin mengemukanya fenomena perilaku konsumtif yang tidak hanya terlihat pada masyarakat umum. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi salah satu perguruan tinggi yang merepresentasikan fenomena tersebut. Jumlah mahasiswa aktif di sana mencapai 17.908 orang yang berasal dari berbagai fakultas dan latar belakang sosial ekonomi, berdasarkan data Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan UIN Malang (2024). Jumlah yang besar dan lingkungan kampus yang dinamis menjadikan mahasiswa UIN Malang sebagai kelompok yang menarik untuk dikaji, terutama dalam memahami pola perilaku ekonomi di tengah arus digitalisasi dan globalisasi konsumsi. Mahasiswa di kampus ini hidup dalam suasana akademik yang religius, namun pada saat yang sama juga terpapar gaya hidup modern dan kemudahan teknologi keuangan digital.

Berbagai indikasi menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Malang semakin aktif dalam aktivitas konsumsi, baik melalui pembelian secara daring, penggunaan layanan *pay-later*, maupun partisipasi dalam tren media sosial yang berorientasi pada konsumsi. Perilaku ini menunjukkan bahwa sebagian

mahasiswa tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga karena adanya dorongan emosional, pengaruh sosial, dan faktor kemudahan akses finansial. Sekitar 69,7% mahasiswa menunjukkan perilaku konsumtif sedang, sementara 52% berada pada kategori konsumsi sedang, 2,87% sangat konsumtif, dan 18-21% rendah konsumsi. Mahasiswa dengan literasi keuangan rendah dan kontrol diri lemah cenderung lebih konsumtif, yang berarti melalui variabel rasionalitas, kontrol diri dan literasi keuangan memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen UIN Malang. Pendorong konsumsi lebih dari kebutuhan pokok yang dicerminkan oleh hal ini dipengaruhi oleh kemudahan akses finansial dan media sosial, selaras dengan kondisi tersebut (Syariifah & Yuliana, 2022). Dinamika sosial dan budaya yang berkembang di kalangan mahasiswa, termasuk di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, turut membentuk fenomena perilaku konsumtif selain faktor ekonomi yang mengindikasinya. Pembelian produk secara daring di platform e-commerce menjadi sarana utama bagi pengaruh teman sebaya dan gaya hidup untuk berperan penting dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Malang pada sisi lain (Julita et al., 2022).

Pembentukan perilaku ekonomi mahasiswa, khususnya dalam menghadapi fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di era digital, sangat dipengaruhi oleh peran penting yang dimiliki literasi keuangan. Kondisi tersebut menempatkannya sebagai salah satu aspek yang dapat memengaruhi mahasiswa mengambil keputusan finansial dalam kehidupan sehari-hari. Otoritas Jasa

Keuangan (OJK) sendiri mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan, keyakinan, dan kreativitas yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan finansial (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Tantangan keuangan ke depannya dapat dihindari oleh tiap individu dan kelompok jika memiliki kemampuan yang menjadi bagian penting ini. Keterampilan dan pemahaman individu dalam mengatur keuangan, baik untuk kepentingan usaha maupun pribadi, menjadi arti yang dilekatkan pada literasi keuangan (Desiyanti, 2020). Pengambilan keputusan finansial yang bijak dapat dilakukan secara efektif melalui kemampuan individu untuk memahami dan mengelola keuangan, yang secara umum dipahami sebagai literasi keuangan. Seseorang memiliki kecenderungan yang semakin rendah untuk berperilaku konsumtif apabila literasi keuangannya semakin tinggi, sejalan dengan hal itu. Kecenderungan perilaku konsumtif diharapkan mampu ditekan oleh tingkat literasi yang baik, terutama di kalangan mahasiswa yang sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial (Rumbik et al., 2024). Pendidikan keuangan yang baik dapat membentuk perilaku konsumsi yang rasional di kalangan mahasiswa, sebuah argumen yang didukung oleh realitas tersebut. Kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang serta kemampuan yang lebih baik dalam membedakan antara keinginan dan kebutuhan dimiliki oleh individu dengan pemahaman yang baik mengenai manajemen keuangan.

Perilaku konsumtif mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan, terutama selama pandemi COVID-19, dipengaruhi secara negatif dan signifikan oleh

literasi keuangan yang berada pada sisi lain (Sardiyo & Martini, 2022). Keputusan belanja yang lebih rasional dapat dibuat oleh mahasiswa berkat bantuan literasi keuangan, meskipun kemudahan transaksi digital dan agresifnya promosi daring harus dihadapkan pada kondisi tersebut.

Kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku ditunjukkan oleh realitas bahwa pengetahuan keuangan yang baik tidak selalu diterapkan oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari meskipun mereka memilikinya (Primandari et al., 2024). Peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa justru dapat dipicu oleh literasi keuangan pada kondisi yang berbeda halnya, terutama bila akses promosi agresif dan kemudahan transaksi diberikan melalui iringan penggunaan dompet digital (Ariwangsa & Gde Bagus Surya Jayanatha, 2023). Mahasiswa dapat didorong untuk berbelanja secara lebih konsumtif akibat pengaruh dari tingginya literasi keuangan.

Kecenderungan tersebut dapat dikurangi secara signifikan oleh pengendalian diri yang kuat, meskipun perilaku konsumtif dapat didorong oleh literasi keuangan secara lebih lanjut (Ariria & Ulfatun, 2025). Faktor eksternal seperti pengaruh media digital dan tekanan sosial, serta faktor internal seperti pengendalian diri, menjadi penentu utama yang sangat memengaruhi keberhasilan literasi keuangan dalam mengurangi perilaku konsumtif, meskipun penerapannya tetap penting.

Efisiensi, efektivitas, dan kenyamanan transaksi keuangan masyarakat dapat ditingkatkan melalui Financial Technology (fintech), sebuah inovasi dalam industri keuangan yang mengintegrasikan teknologi informasi dengan

layanan keuangan. Menurut Bank Indonesia (2017), sistem transaksi diubah dari konvensional menjadi digital dan lebih efisien oleh inovasi yang menggabungkan teknologi dengan layanan keuangan ini.

Sementara itu, Pertiwi dan Purwanto (2021) mengartikan fintech sebagai kemajuan terbaru dalam layanan keuangan modern yang mampu mempermudah transaksi secara elektronik, seperti penggunaan e-money, GoPay, OVO, dan layanan serupa. Keberadaan inovasi ini membuat mahasiswa khususnya, serta masyarakat pada umumnya, dimudahkan untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat, praktis, dan dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Realitas ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku finansial mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman mereka tentang keuangan, tetapi juga oleh kemudahan teknologi yang semakin terintegrasi dalam aktivitas ekonomi modern tersebut.

Peningkatan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa sering kali dipicu oleh kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan fintech, yang sayangnya menjadi pedang bermata dua. Perilaku konsumtif mahasiswa tersebut dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penggunaan fintech. Kondisi ini disebabkan karena individu didorong untuk melakukan pembelian tanpa pertimbangan rasional akibat adanya kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi secara digital. Oleh karena itu, semakin besar kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif, semakin sering pula mereka menggunakan layanan fintech (Senobua et al., 2023). Penyedia fintech sering kali menghadirkan pendorong utama munculnya perilaku konsumtif di

kalangan mahasiswa melalui penawaran kemudahan pembayaran, cashback, serta promosi. Di sisi lain, perilaku boros dapat dipicu apabila penggunaan e-money sebagai bentuk fintech yang memberikan kemudahan bertransaksi tersebut tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik secara lebih lanjut (Dewi et al., 2021). Faktor penentu untuk melakukan impulsive buying di kalangan mahasiswa terbukti dipengaruhi oleh penggunaan fitur Paylater, di mana diskon, dorongan dari shopping lifestyle, serta kemudahan akses pembiayaan menjadi pemicu utamanya. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa memiliki keterkaitan yang serupa dengan pemanfaatan fasilitas tersebut (Mutthaqin et al., 2023).

Faktor utama yang menyebabkan perilaku konsumtif tidak selalu berasal dari fintech, yang berarti perilaku tersebut dipengaruhi secara positif tetapi tidak signifikan oleh keberadaan teknologi keuangan. Oleh karena itu, perdebatan masih mewarnai peran fintech sebagai penyebab utama, sehingga fenomena ini perlu dilihat secara lebih bernuansa meskipun demikian (Permadani & Sartika, 2025). Penggunaan fintech secara bijak untuk kebutuhan yang produktif, bukan semata-mata untuk konsumsi berlebihan, cenderung dilakukan oleh mahasiswa dengan pengendalian diri yang tinggi serta kemampuan literasi keuangan yang baik. Kenyataan ini membuktikan bahwa dalam penelitian tersebut, peran penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa dimainkan secara nyata oleh faktor self-control dan literasi keuangan.

Interaksi dengan faktor-faktor sosial dan pribadi yang membentuk preferensi konsumsi individu sering kali terjadi pada kemudahan transaksi yang

ditawarkan fintech, sehingga perubahan perilaku konsumsi tidak hanya dipicu oleh aspek teknologi semata dalam perkembangan fintech yang semakin memudahkan aktivitas keuangan mahasiswa. Gaya hidup menjadi salah satu faktor internal yang turut memengaruhi keputusan konsumtif mahasiswa tersebut. Pola hidup yang mencerminkan cara individu mengatur aktivitas sehari-hari, minat, pendapat, serta perilaku yang dipengaruhi oleh faktor personal maupun sosial merupakan definisi dari gaya hidup.

Secara teori, bagaimana seseorang memilih dan menggunakan barang atau jasa serta bagaimana individu bereaksi terhadap kebiasaan konsumsi yang dijalani sudah tercakup di dalam gaya hidup. Gaya hidup sendiri termasuk dalam *normative beliefs* yang terbentuk dari pengaruh lingkungan sosial dan norma kelompok jika ditinjau dalam kerangka teori perilaku terencana (*Theory of Planned Behavior*) (Anikawati & Suwaidi, 2025). Representasi cara seseorang menjalani kehidupannya di dunia ditunjukkan melalui aktivitas yang dilakukan, hal-hal yang diminati, serta opini yang dimiliki, sebagaimana dinyatakan oleh Kotler dan Keller (2016) mengenai gaya hidup. Totalitas diri individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya juga dicerminkan oleh gaya hidup tersebut. Oleh karena itu, pola konsumsi seseorang sangat ditentukan oleh peran sentral dari gaya hidup ini.

Perilaku pembelian yang berlebihan pada pengguna Shopee Paylater secara signifikan didorong oleh gaya hidup, sejalan dengan penelitian empiris yang secara konsisten menunjukkan bahwa perilaku konsumtif, terutama di kalangan mahasiswa, dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh gaya hidup (S. D.

Lestari & Haris, 2024a). Gaya hidup memediasi pengaruh pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif di sisi lain, yang menandakan bahwa gaya hidup yang pada akhirnya memengaruhi keputusan konsumsi dibentuk oleh pola asuh dan nilai-nilai ekonomi di rumah (Sugiarto & Amri, 2023).

Perilaku konsumtif beberapa kalangan, terutama generasi muda dan mahasiswa, secara konsisten ditunjukkan oleh penelitian empiris dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh gaya hidup. Pembelian barang yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan primer dilakukan oleh generasi Z di Surabaya karena didorong oleh tren yang mereka ikuti serta gaya hidup yang cenderung hedonistik (Anikawati & Suwaidi, 2025). Kecenderungan untuk melakukan pembelian yang berlebihan akan semakin tinggi apabila gaya hidup seseorang semakin modern dan konsumtif, sebuah kondisi yang ditandai oleh realitas tersebut. Sejalan dengan itu, perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi secara signifikan oleh gaya hidup yang mereka jalani. (S & Haruna, 2021). Kemampuan individu dalam mengendalikan impuls membeli dapat ditingkatkan melalui gaya hidup yang sehat dan terencana, di mana pengelolaan keuangan turut terdampak oleh kontribusi gaya hidup terhadap peningkatan pengendalian diri tersebut (Abirama et al., 2025).

Pengendalian diri tetap dipengaruhi oleh gaya hidup, meskipun gaya hidup tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kenyataan ini membuktikan bahwa tidak semua penelitian menunjukkan adanya pengaruh langsung yang signifikan dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif tersebut, namun demikian (Abirama et al., 2025).

Dominasi yang lebih kuat dalam menentukan perilaku konsumtif diindikasikan oleh temuan ini berasal dari peran faktor lain seperti literasi keuangan. Di samping itu, pengaruh gaya hidup terhadap konsumsi berlebihan juga dinilai kurang efektif jika dimoderasi oleh literasi keuangan tersebut (Anikawati & Suwaidi, 2025). Pendekatan lain di luar kontrol diri dan literasi keuangan diisyaratkan perlu diterapkan untuk mengatasi fenomena ini, mengingat dalam beberapa kasus, efek yang signifikan dalam mengurangi perilaku konsumtif tidak ditunjukkan oleh pengendalian diri. Begitu pula kenyataan yang terlihat pada dinamika tersebut (Abirama et al., 2025).

Mekanisme psikologis yang menentukan apakah kecenderungan konsumtif seseorang akan meningkat atau justru dapat dikelola dengan baik terbukti ada dalam banyak kasus. Self-control menjadi salah satu mekanisme penting tersebut. Kemampuan dalam mengelola keuangan dengan bijak, termasuk menghindari pembelian impulsif serta menunda transaksi hingga melalui pertimbangan yang matang, merupakan definisi dari self-control demi memastikan bahwa uang digunakan dengan bijaksana dan perilaku konsumtif dapat dihindari (Sumiarni, 2019). Hubungan antara literasi keuangan, penggunaan layanan keuangan digital, dan perilaku konsumtif kerap kali dijumpai oleh self-control yang diposisikan sebagai mekanisme psikologis. Keputusan konsumsi yang lebih rasional dapat diambil oleh individu melalui penerjemahan kemudahan teknologi maupun pengetahuan finansial, yang secara teoretis dimungkinkan oleh kemampuan mengendalikan diri tersebut. Sejalan dengan itu, hubungan antara penggunaan e-money dan perilaku

konsumtif mahasiswa mampu dimediasi oleh self-control, di mana pemanfaatan dompet elektronik itu sendiri memang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mereka (Dewi et al., 2021). Variabel perantara yang signifikan dan relevan terbukti dapat diperankan oleh self-control pada konteks tertentu dengan demikian. Selaras dengan itu, peningkatan kontrol diri juga menjadi jalur bagi fintech dan literasi keuangan untuk memengaruhi perilaku konsumtif, selain melalui pengaruhnya secara langsung (Permadani & Sartika, 2025).

Meskipun demikian, tidak semua penelitian menunjukkan peran mediasi yang kuat. Studi yang membahas perilaku konsumtif mahasiswa di Jawa Barat mengungkapkan bahwa kontrol diri memang berkorelasi negatif dengan perilaku konsumtif, namun efek mediasi tidak selalu muncul secara signifikan. Hasil yang campuran ditunjukkan oleh penelitian mengenai penggunaan PayLater pada mahasiswa di sisi lain, di mana perilaku konsumtif terbukti dipengaruhi oleh kendali diri yang pada gilirannya juga dipengaruhi oleh literasi keuangan. Meskipun demikian, seluruh hubungan tidak mampu dimediasi oleh kendali diri tersebut, khususnya keterkaitan antara tekanan teman sebaya serta gaya hidup dengan perilaku konsumtif (Marcella et al., 2024). Penelitian lain oleh Ready (2024) juga menegaskan bahwa meskipun literasi keuangan dan fintech berkaitan dengan perilaku konsumtif, *self-control* tidak selalu menunjukkan efek mediasi yang konsisten. Inkonsistensi ini dapat dijelaskan oleh perbedaan karakteristik sampel, konteks ekonomi lokal, kuatnya faktor eksternal seperti promosi digital, serta variasi instrumen pengukuran antarpelitian.

Variabel fundamental yang memengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa telah secara konsisten ditunjukkan oleh penelitian-penelitian terdahulu berupa gaya hidup dan literasi keuangan (Sugiarto & Amri, 2023; Kurniawan et al., 2025; Lestari & Haris, 2024). Namun, demikian, kajian lebih mendalam mengungkapkan adanya inkonsistensi dan celah penelitian yang signifikan, yang membuat pemahaman mengenai fenomena ini belum komprehensif. Perdebatan masih mewarnai peran literasi finansial sebagai contoh, di mana faktor yang efektif untuk menekan konsumsi ditunjukkan oleh penelitian Kurniawan (2025) serta Sardiyo & Martini (2022). Sebaliknya, rasa percaya diri yang tinggi akibat literasi yang baik justru ditemukan dapat mendorong konsumsi lebih banyak menurut studi lain seperti Ariwangsa & Jayanatha (2023) dan Oktaviani et al. (2023). Inkonsistensi serupa terlihat pada variabel gaya hidup. Meskipun banyak studi membuktikan pengaruh positifnya (Khaidarsyah & Haruna, 2021), penelitian Abirama et al. (2025) menemukan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara langsung dan lebih bergantung pada variabel mediasi seperti pengendalian diri. Bahkan, penelitian Lestari (2024) menemukan bahwa pengaruh sosial, yang sering kali terkait erat dengan gaya hidup, justru tidak berpengaruh sama sekali terhadap konsumsi melalui Paylater.

Fenomena ini belum banyak dikaji secara khusus oleh penelitian terdahulu dalam konteks institusi pendidikan yang memiliki karakteristik unik seperti Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, lebih jauh lagi. Dinamika tersendiri diciptakan oleh lingkungan kampus yang religius ini,

di mana persimpangan antara tekanan konsumerisme global yang masuk melalui digitalisasi dan nilai-nilai spiritual yang diajarkan menjadi ruang bagi mahasiswa berada. Oleh karena itu, menguji kembali hubungan antar variabel dalam konteks yang spesifik untuk mengisi celah penelitian yang ada, serta merangkai inkonsistensi temuan sebelumnya, membuat penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan. Variabel self-control diposisikan sebagai pemediasi guna membedah bagaimana perilaku konsumtif di lingkungan UIN Malang dipengaruhi secara simultan oleh gaya hidup, finansial berbasis teknologi (fintech), serta literasi keuangan. Selain menyajikan sumbangsih teoritis sekaligus praktis seputar aspek psikososial finansial mahasiswa di sana, eksplorasi ini dirancang agar dapat menjadi acuan bagi civitas akademika lokal dalam menata keuangan pribadi secara bijaksana tanpa mendegradasi kepuasan emosional mereka. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti mengambil judul penelitian: “Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech*, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Mediasi Studi Mahasiswa UIN Malang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Apakah *fintech* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
4. Apakah *self-control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
5. Apakah *self-control* dapat memediasi literasi keuangan terhadap Perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
6. Apakah *self-control* dapat memediasi *fintech* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
7. Apakah *self-control* dapat memediasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Untuk menguji dan menganalisis *self-control* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi *self control* dalam hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi *self control* dalam hubungan antara *fintech* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Untuk menguji dan menganalisis peran mediasi *self control* dalam hubungan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Interaksi antara aspek psikologis, finansial, dan teknologi dalam memicu aktivitas konsumsi mahasiswa era digital diperdalam melalui kajian ini demi memperkaya literatur empiris. Dinamika modern berupa pergeseran gaya hidup serta ekspansi finansial berbasis teknologi (*fintech*) ditekan efek konsumtifnya lewat mekanisme utama yang ditekankan pada penguatan teori urgensi

literasi keuangan bersanding dengan pengendalian diri (self-control).

Selain menjadi acuan studi lanjutan dengan perluasan spektrum sosial, teknologi, maupun finansial atas fenomena sejenis, pengembangan khazanah ilmu ekonomi perilaku (behavioral economics) menjadi target kontribusi teoretisnya. Khususnya, eksistensi self-control diuji sebagai pemediasi yang menjembatani imbas gaya hidup, fintech, serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif tersebut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Kesadaran pengelolaan finansial pribadi dapat ditingkatkan mahasiswa lewat refleksi atas kajian ini agar penekanan terhadap perilaku konsumtif dapat dilakukan melalui penguatan pengendalian diri (self-control). Selain itu, proteksi dari jebakan penggunaan teknologi finansial (fintech) diperoleh dengan kemampuan memisahkan antara aspek keinginan dan kebutuhan.
2. Perancangan program pelatihan manajemen finansial mahasiswa serta edukasi pemanfaatan teknologi finansial (fintech) secara bijak di lingkup UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat didasarkan pada kajian ini. Melalui langkah tersebut, lembaga pendidikan memiliki pijakan untuk memformulasi strategi peningkatan literasi keuangan lokal.

3. Fitur maupun produk yang mendukung serta berorientasi pada kesehatan manajemen finansial dapat dikembangkan oleh penyedia layanan teknologi finansial (fintech) memanfaatkan hasil kajian ini. Data tersebut memberikan landasan strategis karena memuat gambaran nyata mengenai karakteristik dan perilaku pengguna dari segmen mahasiswa.
4. Formulasi strategi serta kebijakan penguatan literasi finansial digital pada segmen generasi muda dapat memanfaatkan masukan dari kajian ini bagi regulator maupun OJK. Langkah taktis tersebut berfungsi memastikan keselarasan antara ekspansi teknologi finansial (fintech) di Indonesia dengan perwujudan perilaku keuangan yang bertanggung jawab.

1.5 Batasan Penelitian

Fokus pembahasan dipermudah sekaligus diefisienkan melalui penetapan batasan masalah guna mengantisipasi penyimpangan maupun perluasan pokok masalah dari topik utama. Selain berfungsi sebagai instrumen bantu bagi peneliti demi tercapainya tujuan studi, beberapa parameter pembatas yang diterapkan dalam kajian ini meliputi:

1. Identifikasi faktor pemicu perilaku konsumtif dapat dikembangkan secara lebih spesifik melalui modifikasi variabel mediasi, baik menggunakan parameter yang sama maupun berbeda dari model ini. Dinamika tersebut diaplikasikan pada tiga variabel independen utama dalam kajian, yakni gaya hidup, literasi keuangan, serta teknologi finansial (fintech).

2. Dalam segi populasi dan sampel, penelitian ini dibatasi pada mahasiswa UIN Malang dan tergolong pada generasi Z.
3. Kejujuran serta keakuratan responden kala mengisi instrumen pertanyaan menjadi faktor penentu yang memengaruhi hasil akhir kajian ini. Konsekuensi tersebut muncul akibat diterapkannya kuesioner atau survei sebagai instrumen utama dalam tahapan pengumpulan data.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

Dalam Bab II ini, peneliti akan membahas kajian pustaka yang meliputi penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian sebagai berikut:

2.1 Penelitian Terdahulu

Kecenderungan pembelanjaan impulsif pada segmen mahasiswa sering kali dipicu oleh kemudahan transaksi digital, sebagaimana dilaporkan Sulistyo Budi Utomo et al. (2024) serta Marcella et al. (2024) mengenai dampak positif platform fintech dan dompet digital semacam Shopee PayLater terhadap aktivitas konsumtif. Pola pembelanjaan berlebih tersebut selaras dengan dorongan corak hidup modern, yang oleh Khaidarsyah & Haruna (2021) dan Muchammad Akbar Kurniawan et al. (2025) dibuktikan memiliki pengaruh searah terhadap tingginya tingkat konsumsi.

Secara makro, manifestasi perilaku konsumtif mahasiswa dikonfirmasi oleh akumulasi studi dipengaruhi secara signifikan oleh integrasi faktor self-control, gaya hidup, pemanfaatan fintech, serta tingkat pemahaman finansial. Terkait parameter terakhir, korelasi negatif ditemukan oleh Sardiyo & Martini (2022) bersama Monica Oktaviani et al. (2023), di mana penguatan literasi keuangan justru terbukti mereduksi intensitas tindakan konsumtif tersebut.

Layanan keuangan digital mampu diakses secara bijak oleh mahasiswa yang memiliki regulasi internal kuat, di mana fungsi kontrol diri yang optimal dibuktikan oleh Dewi et al. (2021) serta Permadani & Sartika (2025) dapat

memediasi imbas fintech dan literasi keuangan terhadap aktivitas konsumtif. Pentingnya faktor penahan ini dalam menekan kecenderungan konsumsi berlebih juga ditegaskan oleh Abirama et al. (2025) serta Kusuma Dewi et al. (2021), sekalipun penetrasi fintech dan e-money secara nyata memicu lonjakan perilaku konsumtif tersebut.

Namun, efektivitas intervensi internal ini tidak selalu seragam dalam mengelola pola belanja. Berdasarkan temuan Marcella et al. (2024) dan Ready (2024), muncul inkonsistensi pada daya mediasi self-control akibat kuatnya determinasi variabel eksternal, seperti tekanan teman sebaya serta tuntutan gaya hidup, yang masih mendominasi pembentukan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, Nama dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil
1	Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online (Sardiyo & Martini., 2022)	Variabel Bebas : Gaya Hidup, Literasi Keuangan Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data: <i>Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i>. Dengan alat AMOS • Objek : Mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan • Teknik Pengambilan Sampel : <i>Non Probability Sampling-Purposive Sampling</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa: Tingkat konsumsi yang berlebih dipicu secara searah oleh dorongan corak hidup, sedangkan kepemilikan pemahaman finansial membuahkan keputusan pembelanjaan yang lebih bijaksana sehingga mampu mereduksi aktivitas konsumtif tersebut. Secara parsial, arah pengaruh positif ditunjukkan oleh gaya hidup dan pengaruh negatif ditunjukkan oleh literasi keuangan, di mana eksistensi kedua parameter ini juga terbukti memberikan dampak secara simultan terhadap pembentukan perilaku konsumtif

2	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa (Monica Oktaviani, Merisa Oktaria, Rinto Alexandro, Eriawaty, Rahman., 2023)	Variabel Bebas: Literasi Keuangan Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknis Pengumpulan Data: Wawancara dan Kuesioner • Objek: Generasi Z Mahasiswa • Teknis Pengambilan Data: <i>Purposive Sampling</i>	Penelitian ini membuktikan bahwa: Manifestasi tindakan konsumtif secara nyata ditentukan oleh tingkat pemahaman finansial yang dimiliki. Intensitas maupun pola konsumsi seseorang dipengaruhi secara signifikan oleh kapasitas literasi keuangan tersebut
3	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Dhania Ni'ma Arina & Titik Ulfatun., 2025)	Variabel Bebas: Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data: Regresi Linier Berganda • Objek : Siswa kelas X dan XI Akuntansi dan Keuangan di SMK Negeri 6 Surakarta • Teknik Pengambilan Data : 141 siswa menggunakan rumus Slovin	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Penekanan terhadap aktivitas konsumsi berlebih didorong secara negatif oleh kepemilikan regulasi internal yang kuat, kontras dengan tingkat pemahaman finansial yang justru menunjukkan arah pengaruh positif terhadap tindakan konsumtif tersebut. Saat diuji secara bersamaan, manifestasi perilaku konsumtif terbukti dipengaruhi secara simultan oleh keterpaduan antara faktor pengendalian diri dan literasi keuangan

4	Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar (I G. N. Oka Ariwangsa & Gde Bagus Surya Jayanatha., 2023)	Variabel Bebas : Literasi Keuangan, Penggunaan Dompot Digital Variabel Terikat : Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data : Regresi Linier Berganda • Objek : Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Denpasar • Teknik Pengambilan Data : Sampel 100 mahasiswa dari universitas swasta di Bali	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Lonjakan aktivitas konsumtif dipicu secara searah oleh tingkat pemahaman finansial, selaras dengan pemanfaatan dompet digital yang juga menunjukkan arah pengaruh positif terhadap tindakan konsumsi tersebut. Ketika diintegrasikan, kombinasi antara penggunaan dompet digital dan literasi keuangan terbukti memberikan dampak positif secara simultan terhadap pembentukan perilaku konsumtif
5	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Finansial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Muchammad Akbar Kurniawan, Wiwit Nahdiyah Safitri, Angeli Carissa Sari, Alfin Mustikawan., 2025)	Variabel Bebas : Gaya Hidup, Literasi Finansial Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data : Kuesioner, SEM, MGA • Objek: Mahasiswa • Teknik Pengambilan Sampel: 86 mahasiswa Pendidikan IPS di Malang	Penelitian ini menunjukkan bahwa: Variasi jenis kelamin terbukti tidak memunculkan perbedaan berarti dalam efek yang ditimbulkan oleh literasi keuangan maupun corak hidup terhadap intensitas konsumsi seseorang. Absensi pengaruh signifikan berbasis gender tersebut melengkapi temuan bahwa secara mandiri,

				determinasi nyata terhadap pembentukan perilaku konsumtif tetap ditunjukkan secara signifikan oleh masing-masing faktor, baik dari aspek literasi keuangan maupun gaya hidup
6	Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, dan <i>Life Style</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Sulistyo Budi Utomo, Hamka, Burhanuddin, Devi Yuliantina, Musran Munizu., 2024)	Variabel Bebas : Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, <i>Life Style</i> Variabel Terikat : Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data : Kuesioner, SPSS • Objek : Mahasiswa	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Aktivitas belanja berlebih di kalangan mahasiswa secara nyata dipicu oleh orientasi corak hidup (life style) serta intensitas pemanfaatan fitur Shopee Paylater, di mana kedua parameter tersebut menunjukkan determinasi yang signifikan. Sebaliknya, fluktuasi tingkat pemahaman finansial justru dikonfirmasi tidak memberikan pengaruh ataupun dampak berarti terhadap pembentukan perilaku konsumtif mereka
7	Pengaruh Fintech dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online E-Commerce Shopee dengan <i>Self-</i>	Variabel Bebas: Fintech dan <i>Financial Literacy</i>	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner dengan Skala Likert	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Kapasitas regulasi internal (self-control) dipengaruhi secara positif oleh penetrasi teknologi finansial (fintech)

	Control sebagai Mediasi (Studi pada Mahasiswa PTN Malang) (Aura Ayu Permadani, Farahiya Sartika., 2025)	Variabel Mediasi: <i>Self-Control</i> Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Objek: Mahasiswa PTN Malang • Teknik Pengambilan Sampel: Malhotra formula, 128 responden dari PTN di Malang	serta tingkat pemahaman finansial (financial literacy), di mana kedua instrumen tersebut kemudian mentransmisikan dampaknya terhadap aktivitas konsumsi melalui variabel pemediasi tersebut. Di sisi lain, peningkatan tindakan konsumtif dipicu secara searah namun tanpa disertai dampak yang berarti oleh faktor fintech, kontras dengan keterpaduan antara self-control dan financial literacy yang terbukti memberikan kontribusi positif serta signifikan dalam mendorong perilaku konsumtif
8	Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri (Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, I Made Pfadana Adiputra., 2021)	Variabel Bebas: E-Money Variabel Mediasi: Kontrol Diri Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner dengan Skala Likert • Objek: Mahasiswa S1 Akuntansi di Bali • Teknik	Aktivitas konsumsi berlebih dipicu secara searah oleh tingkat pemanfaatan uang elektronik (e-money), namun eskalasi tindakan tersebut mampu diredam oleh mahasiswa yang memiliki kecakapan regulasi internal yang kuat. Kapasitas pengondisian ini terjadi lantaran fungsi kontrol diri terbukti

			Pengambilan Sampel: <i>Purposive Random Sampling</i>	bertindak sebagai pemediasi yang menjembatani imbas penggunaan e-money terhadap pembentukan perilaku konsumtif tersebut
9	<i>The Influence of the Use of Financial Technology and Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Students of the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University (Sriwahyuni Senobua, Jullie J. Sondakh, Sintje Rondonuwu., 2023)</i>	Variabel Bebas: <i>Use of Financial Technology and Financial Literacy</i> Variabel Terikat: <i>Consumptive Behavior</i>	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner dan Survey • Objek: <i>Students of the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University</i> • Sampel: <i>100 active students from the Faculty of Economics and Business, Sam Ratulangi University</i>	Peningkatan tindakan konsumsi berlebih dipicu secara searah dan nyata oleh penetrasi teknologi finansial (financial technology), berbeda dengan kecakapan pemahaman finansial (financial literacy) yang justru memberikan kontribusi nyata dalam mereduksi aktivitas tersebut. Melalui pola hubungan tersebut, variasi perilaku konsumtif dikonfirmasi menerima imbas signifikan dari kedua instrumen, di mana arah pengaruh positif ditunjukkan oleh financial technology sedangkan arah pengaruh negatif dibuktikan oleh aspek financial literacy.

10	Pengaruh Penggunaan ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Nur Muhamad Subehan, Andi Darmwangsa, Mult. Aidil Sudarmono Syarifah Raehana., 2025)	Variabel Bebas: Penggunaan ShopeePay Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner • Objek: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muslim Indonesia • Sampel: 90 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muslim Indonesia	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Tingkat aktivitas belanja berlebih pada segmen mahasiswa secara nyata ditentukan oleh intensitas pemanfaatan platform ShopeePay. Fluktuasi perilaku konsumtif mereka terbukti menerima imbas yang signifikan dari penggunaan dompet digital tersebut
11	Pengaruh SPaylater dalam Online Shop terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU (Muhammad Satrya Mutthagin, Patma Wati, Chuzaimah Batubara., 2023)	Variabel Bebas: Penggunaan SPaylater Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner • Objek: Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU • Sampel: 100 Mahasiswa Muslim di FEBI UINSU	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Kecenderungan mahasiswa untuk membelanjakan dana secara impulsif terstimulasi oleh kepraktisan yang disajikan oleh platform SPaylater. Faktor pemicu tersebut, bersama dengan determinasi lingkaran sosial serta pertimbangan mengenai konsekuensi gagal bayar, turut menentukan keputusan mereka dalam mengaktifkan layanan utang digital ini,

			• Teknik Pengambilan Sampel : <i>Purposive Sampling</i>	yang secara makro terbukti memberikan imbas signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumtif mahasiswa.
12	Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Apprillia Anggraeni Sugiarto & Fahimul Amri., 2023)	Variabel Bebas: Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Angket, Kuisioner Skala Likert • Objek: Mahasiswa STKIP PGRI Jombang dan STIE PGRI Dewantara Jombang • Sampel: 423 Mahasiswa, Teknik <i>Proporsional Random Sampling</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Orientasi corak hidup serta tingkat pembentukan perilaku konsumtif seseorang menerima imbas langsung dari pola pendidikan ekonomi keluarga yang diterapkan. Selain itu, dinamika gaya hidup secara mandiri turut mengintervensi intensitas aktivitas konsumtif tersebut, di mana variabel ini juga sekaligus bertindak sebagai jembatan yang mentransmisikan pengaruh pendidikan ekonomi keluarga terhadap manifestasi perilaku konsumtif
13	Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian melalui Shopee Paylater pada	Variabel Bebas: Sosial, Gaya Hidup, Pengendalian Diri	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisioner	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Manifestasi aktivitas belanja berlebih ditentukan secara nyata oleh fluktuasi kontrol internal serta orientasi corak

	Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta (Sinta Dwi Lestari & Helmi Haris., 2024)	Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Sampel: Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang menggunakan Shopee Paylater	hidup seseorang, di mana determinasi yang signifikan dibuktikan oleh masing-masing variabel pengendalian diri dan gaya hidup. Sebaliknya, intervensi dari aspek sosial dikonfirmasi tidak memberikan dampak ataupun imbas yang berarti terhadap pembentukan perilaku konsumtif tersebut.
14	<i>Self Control as Mediator of Financial Literacy, E-Money, and Lifestyle Towards Consumptive Behavior in Students in Sintang</i> (Dhafa Alvin Suhendra Abirama, Yasir Hudzaifah, Joko Susilo., 2025)	Variabel Bebas: <i>Financial Literacy, E-Money, and Lifestyle</i> Variabel Terikat: <i>Consumptive Behavior</i> Variabel Mediasi : <i>Self Control</i>	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisioner, Analisis SEM-PLS menggunakan SmartPLS • Objek: <i>Students in Sintang</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Peningkatan perilaku konsumtif dipicu secara searah dan nyata oleh tingkat pemahaman finansial (financial literacy), namun variabel pengendalian diri (self-control) dikonfirmasi gagal bertindak sebagai pemediasi dalam menjembatani imbas financial literacy, uang elektronik (e-money), serta corak hidup terhadap tindakan konsumsi tersebut. Sementara itu, fluktuasi e-money dibuktikan tidak memberikan dampak berarti bagi kapasitas regulasi

				internal, kontras dengan variabel lifestyle yang memengaruhi self-control secara signifikan meskipun orientasi aktivitas hidup tersebut tidak menunjukkan adanya pengaruh langsung terhadap manifestasi perilaku konsumtif
15	<i>The Influence of Lifestyle and Self-Control on the Consumptive Behavior of Generation Z in North Surabaya with Financial Literacy as a Moderating Variable</i> (Vika Anikawati & Rahman Amrullah Suwaidi., 2025)	Variabel Bebas: <i>Lifestyle, Self-Control</i> Variabel Terikat: <i>Consumptive Behavior</i> Variabel Moderasi: <i>Financial Literacy</i>	• Kuantitatif • Metode Pengumpulan Data: Kuisisioner • Teknik Analisis Data: SEM-PLS menggunakan SmartPLS 4.0	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Aktivitas belanja berlebih dipicu secara searah dan nyata oleh orientasi corak hidup (lifestyle), selaras dengan kapasitas regulasi internal (self-control) yang secara paralel juga menunjukkan imbas positif serta signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumtif. Dalam struktur hubungan tersebut, variabel literasi keuangan terbukti gagal bertindak sebagai pemoderat yang mengintervensi pengaruh lifestyle terhadap tindakan konsumsi, kontras dengan perannya pada parameter

				kontrol diri di mana kecakapan finansial tersebut justru terkonfirmasi memperkuat jalinan pengaruh antara self-control dan perilaku konsumtif.
16	<i>The Effect of Lifestyle and Self-Concept on Consumptive Behavior in Students of the Department of Economics Education STKIP Pembangunan Indonesia Makassar</i> (Khaidarsyah & Hasisa Haruna., 2021)	Variabel Bebas: <i>Lifestyle, Self-Concept</i> Variabel Terikat: <i>Consumptive Behavior</i>	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data: Regresi Linier Berganda • Objek: <i>Students of the Department of Economics Education STKIP Pembangunan Indonesia Makassar</i> • Sampel : 60 students	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Aktivitas belanja berlebih dipengaruhi secara bersamaan oleh keterpaduan corak hidup (lifestyle) dan pemaknaan diri (self-concept), dengan konfirmasi dampak yang nyata lewat perolehan nilai signifikansi 0.004. Ketika diuji secara mandiri, determinasi searah yang berarti ditunjukkan oleh lifestyle dengan torehan signifikansi sebesar 0.010, kontras dengan parameter self-concept yang dibuktikan tidak memberikan imbas signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumtif karena mencatatkan perolehan nilai signifikansi 0.297
17	<i>The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior: Self-</i>	Variabel Bebas: <i>Financial Literacy</i>	• Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa :

	<i>Control as a Mediator</i> (Eka Marcella, Ahmad Katsir, Muhammad Ali Fikri, Desta Rizky Kusuma., 2024)	Variabel Terikat: <i>Consumptive Behavior</i> Variabel Mediasi : <i>Self Control</i>	• Teknik Analisis Data: SPSS, Kuisisioner • Objek: <i>Students from various universities in Yogyakarta</i>	Kecakapan mengendalikan aktivitas belanja berlebih cenderung lebih optimal ditunjukkan oleh kalangan mahasiswa yang membekali diri dengan pemahaman finansial yang tinggi. Pola proteksi ini linier dengan temuan bahwa manifestasi tindakan konsumtif menerima pengaruh negatif dari tingkat literasi keuangan (financial literacy), di mana regulasi internal berupa kontrol diri (self-control) dikonfirmasi andal bertindak sebagai pemediasi yang menjembatani tautan pengaruh antar kedua instrumen tersebut.
18	Peran Kontrol Diri Dalam Memediasi Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Gen Z di Kota Semarang (Andini	Variabel Bebas: Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Interaksi Teman Sebaya Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data: PLS-SEM, <i>Purposive Sampling</i> • Objek: 185 Pengguna Paylater Gen Z di Kota Semarang	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Peningkatan aktivitas konsumsi berlebih dipicu secara searah oleh faktor pemahaman finansial, corak hidup, dinamika pergaulan, serta regulasi internal, di mana keempat parameter tersebut terbukti

	Sofiyana, Vincent Didiek Wiet Aryanto., 2025)	Variabel Mediasi : Kontrol Diri		menunjukkan arah pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dalam mekanisme transmisinya, kapasitas kontrol diri (self-control) dikonfirmasi andal bertindak sebagai pemediasi bagi imbas literasi keuangan, namun variabel intervensi ini dinyatakan gagal menjembatani pengaruh gaya hidup serta interaksi teman sebaya terhadap tindakan konsumsi tersebut. Meskipun demikian, instrumen pengendalian diri tetap memegang peranan krusial dalam mengendalikan intensitas pembelanjaan di era digital, terutama dalam meredam kecenderungan konsumtif bagi para pengguna layanan Paylater.
19	Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri (Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman	Variabel Bebas: Penggunaan E-Money Variabel Terikat: Perilaku Konsumtif	• Kuantitatif • Teknik Analisis Data: <i>Ex Post Facto</i>, Analisis Jalur	Penelitian ini menunjukkan bahwa : Eskalasi aktivitas pembelanjaan di kalangan mahasiswa secara nyata dipicu oleh intensitas pemanfaatan uang elektronik (e-money), di mana

	Trisna Herawati, Made Pradana Adiputra., 2021)	Variabel Mediasi : Kontrol Diri	• Sampel: 354 mahasiswa S1 Akuntansi di Bali dengan teknik <i>Purposive Random Sampling</i>	instrumen digital tersebut terbukti memberikan pengaruh yang signifikan. Kendati demikian, kecenderungan konsumtif yang distimulasi oleh penggunaan e-money tersebut dapat diredam melalui kepemilikan regulasi internal yang kuat, lantaran faktor kontrol diri dikonfirmasi andal berperan sebagai variabel pemediasi yang menjembatani alur pengaruh antara penggunaan uang elektronik terhadap manifestasi perilaku konsumtif mahasiswa.
--	--	---	--	--

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

Tabel 2. 2
Persamaan dan Perbedaaan

Persamaan	Perbedaan
1. Variabel dependent yang diuji yaitu perilaku konsumtif 2. Subjek penelitian yaitu para mahasiswa 3. beberapa variabel independent seperti literasi keuangan, <i>fintech</i> , dan gaya hidup	1. Subjek penelitian yang lebih spesifik pada mahasiswa UIN Malang 2. Belum ada yang meneliti langsung variabel independent secara bersamaan dengan mediasi <i>self control</i>

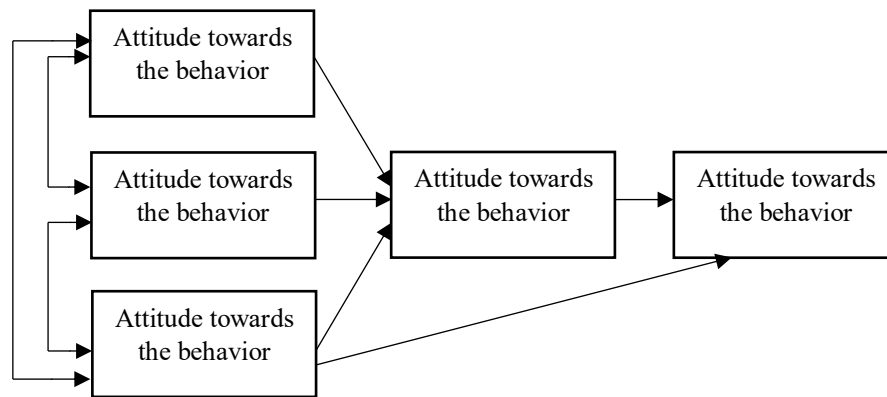
Sumber : Data diolah peneliti (2026)

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Theory of Planned Behavior*

Tiga faktor penentu kontrol perilaku yang dipersepsikan, norma subjektif, serta sikap individual menjadi fokus utama pembentuk tindakan dalam teori yang dikembangkan oleh (Ajzen, 1991). Kerangka analitis ini, yang dinamakan Theory of Planned Behavior (TPB), merupakan perluasan dari instrumen pendahulunya, Theory of Reasoned Action (TRA). Keberadaan konsep tersebut kini telah diadopsi secara ekstensif lintas sektor, mencakup manajemen sumber daya manusia, keuangan, bidang kesehatan, hingga penerapan sistem informasi. Elemen pembeda dalam TPB muncul melalui integrasi aspek persepsi kontrol perilaku, sebuah parameter yang sengaja ditambahkan guna meluaskan cakupan analisis. Di sisi lain, pembentukan awal formulasi ini tetap bertumpu pada indikator norma subjektif serta sikap, di mana kedua variabel tersebut merupakan fundamen yang diadopsi langsung dari teori TRA (Engel et al., 1994).

Gambar 2. 1
Theory of Planned Behavior



Sumber : *Theory of planned behavior* (Diolah peneliti 2026)

Dorongan sosial, baik untuk menghindari maupun mengeksekusi suatu perbuatan, bersumber dari lingkaran krusial seperti rekan, keluarga, ataupun lingkungan yang berpengaruh, yang mewujudkan sebagai dimensi norma subjektif. Sementara itu, kalkulasi personal mengenai untung-rugi serta prediksi atas konsekuensi yang bakal terjadi melahirkan keyakinan tertentu pada individu. Proses evaluasi internal tersebut pada akhirnya memunculkan sikap terhadap perilaku, yang menjadi dasar bagi seseorang dalam menyematkan preferensi bernilai negatif atau positif terhadap suatu aktivitas. Pengaruh norma subjektif muncul melalui keyakinan normatif terkait harapan orang lain serta motivasi individu untuk mengikuti harapan tersebut. Adapun persepsi kontrol perilaku menjelaskan sejauh mana seseorang percaya pada kemampuannya dalam melaksanakan suatu tindakan tertentu (Jauharria Hatta, 2011).

Upaya meminimalisasi konsumsi berlebih diyakini mampu dilakukan oleh mahasiswa yang memiliki kapasitas kognitif kuat dalam mengelola keuangan serta memanfaatkan fintech. Melalui integrasi persepsi kontrol perilaku dan sikap terhadap perilaku, studi ini mengurai mekanisme gaya hidup, penggunaan fintech, beserta literasi keuangan dalam mendikte pola konsumtif tersebut. Orientasi pada penghematan kemudian muncul akibat terbentuknya tata kelola konsumsi yang lebih bijak, yang distimulasi oleh kepemilikan wawasan finansial yang memadai pada diri mahasiswa (Ajzen, 1991).

Pembelian impulsif, kegagalan disiplin, serta ketidakmampuan mengelola keinginan dapat diredam ketika individu menunjukkan aktivitas konsumsi yang lebih sehat akibat kepemilikan kapasitas kontrol diri yang mumpuni. Fenomena penahanan diri ini tercermin melalui indikator persepsi terhadap kontrol perilaku. Atas dasar keterkaitan dimensi tersebut, seluruh variabel yang dianalisis dalam studi ini dinilai memiliki relevansi konseptual yang kuat jika dibedah menggunakan rerangka Theory of Planned Behavior (Prabandari & Sholihah, 2015).

Mekanisme belanja yang didorong oleh tren media sosial serta tekanan lingkungan menggambarkan bagaimana gaya hidup terikat erat dengan subjective norm, yang sering kali memicu pemenuhan keinginan di luar kebutuhan riil mahasiswa. Di sisi lain, pembentukan attitude toward the behavior yang rasional dan bijaksana dalam mengalokasikan pengeluaran sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu.

Sementara itu, kehadiran teknologi finansial seperti fitur pay-later mendikte *perceived behavioral control*, di mana akses transaksi yang serba instan berpotensi mengikis kendali atas aktivitas belanja meskipun sasarannya adalah mengukur sejauh mana mahasiswa mampu mengontrol tindakan mereka. Melalui interaksi ketiga poros utama tersebut, kerangka Theory of Planned Behavior (TPB) secara komprehensif mengurai potret perilaku konsumtif mahasiswa yang dipicu oleh stimulasi gaya hidup, fintech, serta literasi keuangan dalam riset ini.

Regulasi terhadap dorongan belanja impulsif tetap ditentukan oleh kapasitas kontrol diri individu, sekalipun instrumen teknologi finansial memberikan otoritas penuh atas pengelolaan transaksi. Dalam memetakan keputusan akhir terkait tindakan konsumtif mahasiswa, fungsi self-control beroperasi sebagai jembatan antara variabel *perceived behavioral control* (termanifestasi pada pemanfaatan fintech), *subjective norm* (gaya hidup), serta *attitude* (literasi keuangan). Kerangka ini secara simultan mengurai titik temu antara stimulasi eksternal berupa fintech dan gaya hidup dengan determinan internal yang mencakup kontrol diri serta literasi keuangan. Alhasil, kehadiran kendali internal tersebut menjadi penentu krusial dalam mengeksekusi niat bertindak, meskipun pola hidup dan tingkat pemahaman finansial telah mengarahkan kecenderungan perilaku seseorang.

2.2.2 Literasi Keuangan

2.2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Aspek-aspek fundamental manajemen keuangan, seperti investasi, pemahaman mengenai tabungan, hingga asuransi, terintegrasi sebagai satu kesatuan pengetahuan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Penguasaan kapabilitas konseptual ini memegang peranan esensial bagi individu demi mewujudkan akuntabilitas serta rasionalitas saat mengeksekusi pengambilan keputusan ekonomi (Chen & Volpe, 1998). Keterampilan serta keyakinan diri yang menstimulasi kecerdasan individu dalam mengeksekusi keputusan keuangan bukan satu-satunya dimensi dari literasi keuangan. Lebih dari sekadar penguasaan informasi, kapabilitas ini berfungsi sebagai instrumen untuk mengalkulasi dampak finansial dari setiap opsi ekonomi yang diambil. Pada fase implementasi, integrasi aspek-aspek tersebut secara aktif mengonstruksi sikap dan perilaku ekonomi yang sehat, yang menjadi prasyarat utama dalam merealisasikan pencapaian tingkat kesejahteraan finansial yang optimal. (Oktaviani et al., 2023). Eksekusi tata kelola alokasi dana serta pemanfaatan berbagai layanan keuangan merupakan indikator utama dari kecakapan seseorang dalam mencerna dan mengeksekusi opsi ekonomi secara tepat. Kemampuan personal tersebut mencerminkan esensi dari literasi keuangan. Dalam praktiknya, penajaman instrumen ini difungsikan secara aktif sebagai mekanisme pengendalian pengeluaran demi menjamin fondasi stabilitas ekonomi yang kokoh (Ariria & Ulfatun, 2025).

Kemudahan transaksi digital, iklan, promosi, hingga rekayasa antarmuka pembayaran instan dari aplikasi fintech merupakan stimulus yang memicu terjadinya pembelian impulsif. Ketika dihadapkan pada pola gaya hidup modern yang cenderung konsumtif serta aksesibilitas layanan keuangan digital tersebut, posisi strategis literasi keuangan menjadi instrumen penentu dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Melalui penguasaan kompetensi ini, individu memiliki kapasitas yang lebih mumpuni untuk mengalkulasi risiko akibat konsumsi berlebihan, sehingga dorongan belanja spontan dapat dieliminasi secara efektif.

2.2.2.2 Indikator Literasi Keuangan

Menurut Ariwangsa & Jayanatha (2023), literasi keuangan memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Pendapatan

Alokasi pendapatan secara proporsional, estimasi, serta kemampuan menghitung penggunaan dana menjadi substansi krusial dalam literasi keuangan, melebihi sekadar besaran nominal pemasukan yang diperoleh. Dimensi ini menuntut kecakapan individu untuk mengidentifikasi dan mengoptimalkan setiap sumber pendapatan yang dimiliki. Manifestasi dari penguasaan aspek ini terlihat ketika seseorang mampu mengelompokkan karakteristik pendapatan tetap maupun tidak tetap, menyadari urgensi diversifikasi finansial, serta secara konsisten menyelaraskan arus masuk dana dengan pemenuhan kebutuhan tersier, sekunder, dan primer.

2. Pengelolaan Uang

Eksekusi perencanaan keuangan yang realistis, penyesuaian alokasi dana dengan kapasitas finansial, serta eliminasi aksi pembelian impulsif merupakan manifestasi nyata dari penguasaan literasi keuangan pada diri seseorang. Kompetensi ini berakar pada kecakapan mengelola uang, sebuah instrumen yang menggambarkan kapasitas individu dalam mengontrol dan menentukan prioritas pengeluaran demi menyelaraskannya dengan target finansial jangka panjang maupun jangka pendek. Dalam tataran praktis, pemenuhan indikator tersebut bertumpu pada keterampilan melakukan evaluasi berkala terhadap kondisi keuangan, memisahkan keinginan dari kebutuhan, membatasi pengeluaran, serta merancang pemetaan anggaran (budgeting).

3. Tabungan

Indikator tabungan merujuk pada kemampuan dan kebiasaan individu dalam menyisihkan sebagian pendapatan untuk kebutuhan masa depan. Literasi pada aspek ini mencakup pemahaman mengenai pentingnya menabung, menentukan tujuan tabungan, memilih instrumen tabungan yang sesuai, serta menjaga konsistensi dalam menabung. Individu yang melek finansial memahami bahwa tabungan memiliki fungsi sebagai cadangan dana darurat, modal investasi, atau dukungan keuangan jangka panjang.

4. Resiko & Keuntungan (*Risk and Return*)

Indikator risiko dan keuntungan menekankan pemahaman individu terhadap prinsip dasar dalam pengelolaan keuangan, yaitu bahwa setiap

keputusan finansial memiliki risiko dan potensi keuntungan. Literasi dalam aspek ini mencakup kemampuan mengidentifikasi tingkat risiko dari berbagai instrumen keuangan seperti tabungan berjangka, deposito, reksa dana, saham, maupun produk *fintech* investasi. Individu dengan pemahaman baik akan mampu menilai apakah keputusan finansial tertentu sesuai dengan profil risiko mereka. Selain itu, indikator ini mencerminkan kemampuan mengevaluasi informasi, menimbang konsekuensi finansial, serta memilih tindakan yang memberikan manfaat jangka panjang. Pemahaman risiko dan keuntungan juga membantu individu menghindari keputusan konsumtif yang tidak rasional, termasuk godaan promo *fintech* atau kredit instan yang dapat menimbulkan beban finansial di kemudian hari.

2.2.2.3 Literasi Keuangan dalam Islam

Prinsip pengelolaan finansial yang bijak terintegrasi secara substansial sebagai bagian dari perspektif keislaman melalui sekumpulan ajaran yang bersumber langsung dari Al-Qur'an. Landasan teologis mengenai pembatasan perilaku konsumtif dan instruksi mengenai tata kelola harta ini secara eksplisit terdokumentasi dalam Al-Qur'an Surat Al-Isra' Ayat 28-29, yang berbunyi:

﴿وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا
 ٢٨ وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
 مَّحْسُورًا ٢٩﴾ (الاسراء/17: 28-29)

Artinya : *"Jika (tidak mampu membantu sehingga) engkau (terpaksa) berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, ucapkanlah kepada mereka perkataan yang lemah lembut. Janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (kikir) dan jangan (pula) engkau mengulurkannya secara berlebihan sebab nanti engkau menjadi tercela lagi menyesal."* (Q.S Al-Isra: 28-29)

Ibnu Katsir menafsirkan ayat ini dengan menjelaskan bahwa Allah melarang umat-Nya dari sikap pelit (terikat pada leher) dan boros (terlalu mengulurkan tangan). Allah mengingatkan agar kita tidak berlebihan dalam pengeluaran, namun juga tidak bersikap kikir atau pelit dalam memberi. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa pengelolaan harta harus dilakukan dengan keseimbangan. Orang yang terlalu pelit akan menahan hak orang lain dan menimbulkan keburukan dalam masyarakat, sedangkan orang yang boros akan menghabiskan hartanya tanpa manfaat dan menyesal di kemudian hari. Ibnu Katsir juga merujuk pada hadits yang menyatakan bahwa orang yang boros dan orang yang pelit keduanya tercela. Keseimbangan antara menabung dan membelanjakan untuk kebutuhan harus diterapkan dalam kehidupan seorang Muslim. Allah menganjurkan umat-Nya untuk bijak dalam menggunakan harta dengan cara yang benar dan tidak berlebihan.

Dalam konteks literasi keuangan, ayat ini sangat relevan karena mengajarkan kita prinsip pengelolaan keuangan yang seimbang. Kita harus menghindari pengeluaran yang boros, yang seringkali disebabkan oleh keinginan untuk menunjukkan status atau mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial. Di sisi lain, kita juga harus menghindari sikap pelit yang dapat menghalangi kita untuk memberi

manfaat kepada orang lain, berinvestasi dalam kebutuhan yang bermanfaat, dan membantu sesama. Keseimbangan dalam pengelolaan keuangan, seperti yang diajarkan dalam ayat ini, merupakan prinsip dasar dalam perencanaan keuangan yang baik. Menabung untuk masa depan dan berbelanja sesuai dengan kebutuhan adalah contoh dari penerapan prinsip tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memiliki pemahaman yang cukup tentang pengelolaan keuangan, kita akan mampu menghindari jebakan pengeluaran berlebihan dan mempersiapkan diri untuk masa depan yang lebih stabil secara finansial.

2.2.3 *Financial Technology (Fintech)*

2.2.3.1 Pengertian *Financial Technology (Fintech)*

Fintech singkatan dari “*finance*” dan “*information technology*,” telah menjadi fenomena transformasi besar di sektor jasa keuangan. Pada dasarnya, *fintech* memungkinkan terciptanya layanan dan model keuangan baru yang berbeda secara signifikan dari sistem tradisional, menghadirkan cara-cara inovatif dalam mengakses, mengelola, dan memanfaatkan layanan keuangan (Zavolokina et al., 2016). Lebih lanjut, *fintech* merupakan evolusi layanan finansial tradisional yang ditopang oleh teknologi canggih, seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan digitalisasi layanan, sehingga menghasilkan aplikasi, model bisnis, dan proses keuangan yang lebih modern dan responsif terhadap kebutuhan konsumen saat ini (Kou & Lu, 2025).

2.2.3.2 Indikator *Financial Technology (Fintech)*

Instrumen parameter fundamental guna mengukur Financial Technology (FinTech) dipetakan melalui serangkaian indikator utama yang dirumuskan dalam pemikiran Kamel & Hassan (2003):

1. Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

Proses adopsi teknologi finansial secara rutin sangat ditentukan oleh keyakinan individu terhadap nilai praktis FinTech yang ditawarkan. Efisiensi dalam tata kelola dana pribadi, peningkatan produktivitas finansial, serta kemudahan mengeksekusi transaksi merupakan bentuk-bentuk manfaat nyata yang melandasi tumbuhnya motivasi adopsi tersebut. Dalam kerangka kerja layanan digital ini, seluruh variabel keuntungan praktis itu terangkum ke dalam dimensi persepsi kegunaan. Parameter tersebut mengukur level keyakinan personal bahwa integrasi teknologi keuangan tertentu mampu mengoptimalkan efektivitas aktivitas finansial mereka.

2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Niat dan sikap pengguna dalam mengadopsi layanan FinTech sangat dipengaruhi oleh kenyamanan berinteraksi dengan aplikasi, yang menuntut navigasi intuitif serta minimalisasi hambatan teknis. Ketika aspek-aspek tersebut terpenuhi, muncul percepatan adaptasi, konsistensi integrasi teknologi ke dalam aktivitas keuangan harian, serta peningkatan rasa percaya diri pada pengguna. Serangkaian respons positif ini distimulasi oleh dimensi persepsi kemudahan. Parameter tersebut mengukur sejauh mana

level keyakinan personal bahwa instrumen digital yang dimanfaatkan dapat diakses, dioperasikan, sekaligus dipahami tanpa kesulitan berarti (Kamel & Hassan, 2003)..

2.2.3.3 Financial Technology (Fintech) dalam Islam

Islam telah memberikan ruang untuk seorang muslim solusi dan inovasi untuk setiap kemudahan dalam perkara dunia yang tentunya tidak melanggar norma dan syariat agama. Dalam salah satu inovasi yang di buat oleh manusia adalah *fintech*. Sehingga dalam hal ini *fintech* menjadi bagian dari prespektif keislaman. Dalam Al-Qur'an Surat Al-baqoroh Ayat 282 yang berbunyi:

﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَيْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رَجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتْنِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ وَلَا يَأْبَ الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلٍ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۚ وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ

تَفْعَلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ (٢٨٢)

(البقرة/2: 282)

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, apabila kamu berutang piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu mencatatnya. Hendaklah seorang pencatat di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah pencatat menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajar-kan kepadanya. Hendaklah dia mencatat(-nya) dan orang yang berutang itu mendiktekan(-nya). Hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya, dan janganlah dia menguranginya sedikit pun. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya, lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Mintalah kesaksian dua orang saksi laki-laki di antara kamu. Jika tidak ada (saksi) dua orang laki-laki, (boleh) seorang laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada) sehingga jika salah seorang (saksi perempuan) lupa, yang lain mengingatkannya. Janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Janganlah kamu bosan mencatatnya sampai batas waktunya, baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu lebih adil di sisi Allah, lebih dapat menguatkan kesaksian, dan lebih mendekatkan kamu pada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perniagaan tunai yang kamu jalankan di antara kamu. Maka, tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak mencatatnya. Ambillah saksi apabila kamu berjual beli dan janganlah pencatat mempersulit (atau dipersulit), begitu juga saksi. Jika kamu melakukan (yang demikian), sesungguhnya hal itu suatu kefasikan padamu. Bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu.” (QS. Al-Baqarah: 2:282)

Dalam Surat Al-Baqarah Ayat 282, Allah memberikan petunjuk yang sangat jelas mengenai pentingnya pencatatan transaksi, terutama yang

melibatkan kewajiban pembayaran di masa depan seperti utang-piutang. Ayat ini mengajarkan bahwa setiap transaksi yang dilakukan dengan pembayaran yang ditunda harus dicatat secara jelas dan transparan untuk menghindari perselisihan di masa depan. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa ayat ini memberikan pedoman bagi umat Islam untuk selalu mencatat setiap transaksi dengan benar dan adil, serta melibatkan saksi yang dapat dipercaya. Hal ini untuk memastikan bahwa tidak ada pihak yang dirugikan atau disalahartikan dalam transaksi tersebut. Pencatatan yang benar, menurut Ibnu Katsir, adalah untuk memastikan kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi, serta menghindari penyembunyian informasi atau persaksian yang tidak jujur.

Penyediaan solusi untuk transparansi transaksi keuangan serta mekanisme pencatatan digital kini menjadi peran penting yang dimainkan oleh FinTech. Karakteristik operasional teknologi finansial tersebut memiliki relevansi konseptual yang sangat kuat dengan serangkaian prinsip yang terkandung di dalam ayat ini. Dalam dunia *FinTech*, setiap transaksi, baik itu transfer uang, investasi, atau pinjaman online, dicatat dengan menggunakan teknologi yang memungkinkan transparansi dan akurasi. Platform *FinTech* memungkinkan pencatatan yang aman dan terbuka, memastikan bahwa semua pihak yang terlibat dalam transaksi dapat melihat dan memverifikasi transaksi yang dilakukan. Dengan demikian, *FinTech* mencerminkan nilai yang diajarkan dalam ayat ini bahwa pencatatan

transaksi harus dilakukan dengan kejujuran, benar, dan adil, serta menghindari setiap bentuk manipulasi atau menyembunyian informasi.

Selain itu, ayat ini juga menekankan pentingnya keadilan dalam transaksi. Dalam konteks *FinTech*, prinsip ini diterapkan secara langsung dalam banyak platform digital, seperti *peer-to-peer lending* dan platform investasi, di mana setiap transaksi dilakukan dengan transparansi penuh. Di platform *FinTech*, suku bunga, persyaratan pinjaman, dan ketentuan lainnya dijelaskan secara jelas, dan semua pihak yang terlibat memiliki akses penuh untuk memverifikasi informasi tersebut. Dengan demikian, *FinTech* memastikan bahwa keadilan tercapai dalam setiap transaksi keuangan yang dilakukan, tanpa ada pihak yang dirugikan. Perlindungan terhadap hak-hak pengguna juga menjadi fokus utama dalam dunia *FinTech*, yang sangat sejalan dengan ajaran ayat ini tentang kejujuran dan perlindungan terhadap informasi. Ayat ini mengingatkan umat untuk tidak menyembunyikan persaksian yang seharusnya diberikan. Dalam dunia *FinTech*, hal ini diterjemahkan dalam penggunaan teknologi seperti blockchain dan smart contracts, yang menyediakan cara untuk mengamankan transaksi dengan cara yang sangat transparan. Dengan blockchain, setiap transaksi tercatat secara permanen dan tidak dapat diubah, memastikan bahwa informasi tidak bisa disembunyikan atau dimanipulasi. Teknologi ini memberikan keamanan yang tinggi dan memastikan bahwa setiap kesepakatan yang tercapai antara dua pihak tidak dapat diubah setelah disepakati.

2.2.4 Gaya Hidup

2.2.4.1 Pengertian Gaya Hidup

Alokasi pemanfaatan sumber daya keuangan serta pembagian waktu dalam aktivitas sehari-hari mencerminkan bagaimana seseorang mengonstruksi pola eksistensinya. Struktur perilaku personal ini diartikulasikan secara nyata melalui dimensi opini, minat, serta aktivitas (activity, interest, opinion), yang secara konseptual mendefinisikan esensi dari gaya hidup (Sardiyo & Martini, 2022). Inovasi pada aspek interaksi sosial, hiburan, beserta konsumsi yang dipicu oleh perkembangan zaman, kemudahan akses informasi, dan kemajuan teknologi telah mendikte transformasi perilaku secara signifikan. Di luar stimulasi digital tersebut, konstruksi gaya hidup juga berakar pada penetrasi faktor ekonomi, budaya, dan lingkungan sosial tempat individu menetap. Manifestasi dari keterikatan dimensi ini tidak sekadar mengekspos kebiasaan maupun preferensi personal semata. Eksistensi variabel tersebut beroperasi sebagai indikator penting dalam membedah keputusan ekonomi, pola konsumsi, sekaligus perilaku sosial seseorang, mengingat di dalamnya terintegrasi cerminan identitas individu, norma, serta nilai moral di tengah masyarakat (Abirama et al., 2025).

2.2.4.2 Indikator Gaya Hidup

Menurut Sofiyana and Aryanto (2025) menjelaskan bahwa ada 3 indikator gaya hidup, yaitu:

1. Aktivitas

Prioritas, kebiasaan, serta kecenderungan personal dalam menentukan agenda yang dianggap bernilai dan penting terwujud secara nyata melalui serangkaian opsi kegiatan yang diambil oleh seseorang. Manifestasi dari dinamika tersebut terefleksi dalam dimensi aktivitas, sebuah parameter yang mengekspos alokasi pemanfaatan waktu serta pola perilaku riil yang mengonstruksi gaya hidup individu. Dalam ruang lingkup harian, cakupan aspek ini mendeteksi keragaman rutinitas yang dieksekusi subjek, mulai dari menyalurkan hobi tertentu, bersosialisasi, berbelanja, hingga bekerja.

2. Minat

Ketertarikan personal yang diarahkan pada aspek kehidupan tertentu, kegiatan, maupun objek spesifik mendefinisikan esensi dari dimensi minat. Minat mencakup preferensi seseorang terhadap produk, media, mode, teknologi, hiburan, atau aktivitas tertentu yang dianggap menarik dan relevan dengan dirinya. Indikator ini menunjukkan apa yang disukai, hal-hal yang diutamakan, serta kecenderungan seseorang dalam menentukan pilihan konsumsi dan pengalaman pribadi. Minat menjadi bagian penting dari gaya hidup karena mencerminkan motivasi dan orientasi individu terhadap suatu hal.

3. Pendapat

Pendapat merupakan pandangan, evaluasi, atau persepsi individu mengenai suatu isu, produk, fenomena sosial, atau pengalaman tertentu. Pendapat bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh nilai, pengalaman,

pengetahuan, serta sikap individu terhadap lingkungannya. Indikator ini menunjukkan bagaimana seseorang menilai atau merespons berbagai hal yang terjadi di sekitarnya. Pendapat membantu menggambarkan standar, nilai moral, serta cara individu memaknai sesuatu dalam konteks gaya hidupnya (Sofiyana & Aryanto, 2025).

2.2.4.3 Gaya Hidup dalam Islam

Kewajiban bagi setiap Muslim untuk mengadopsi dan menerapkan pola hidup Islami dalam rutinitas sehari-hari merupakan konsekuensi teologis yang selaras dengan kandungan Surat Yusuf Ayat 108. Dalam kategorisasinya, perspektif Islam memisahkan orientasi perilaku ini ke dalam dua bentuk kontras, yakni gaya hidup jahiliyah dan gaya hidup Islami. Di satu sisi, model perilaku jahiliyah yang mencerminkan karakteristik kehidupan kaum kafir berakar pada fundamen syirik yang rapuh serta tidak jelas. Sebaliknya, kompas eksistensi yang Islami dibangun di atas landasan prinsip Tauhid yang pasti lagi teguh. Adapun penggalan wahyu yang mendasari instruksi penentuan arah hidup tersebut berbunyi:

﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي فَلْيَنصُرْنَا اللَّهُ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ۝ ١٠٨﴾ (يوسف/12: 108)

Artinya : *"Katakanlah (Nabi Muhammad), "Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (seluruh manusia) kepada Allah dengan*

bukti yang nyata. Maha Suci Allah dan aku tidak termasuk golongan orang-orang musyrik.” (Q.S Yusuf : 108)

Penyeruan untuk menapaki jalan kebenaran yang bermuara kepada Allah atas landasan penglihatan yang jelas merupakan esensi instruksi yang disampaikan oleh Nabi Yusuf kepada umatnya. Rekaman teologis dalam Surat Yusuf Ayat 108 ini menegaskan bahwa eksistensi yang sah hanya dapat terwujud jika disandarkan sepenuhnya pada petunjuk Allah, disinari oleh ilmu yang benar, serta dibersihkan dari segala bentuk kesyirikan. Berdasarkan kandungan makna tersebut, setiap Muslim mengemban kewajiban mutlak untuk menjatuhkan pilihan dan mengimplementasikan gaya hidup Islami ke dalam aktivitas sehari-hari mereka.

Tafsir Ibnu Katsir menjelaskan bahwa Nabi Yusuf dengan tegas mengajak umatnya untuk menempuh jalan yang benar, yaitu jalan yang membawa kepada Allah, dengan mengikuti wahyu dan petunjuk yang jelas. Seruan ini bukan hanya tentang ajakan untuk beribadah, tetapi juga untuk menjalani kehidupan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dalam setiap aspek kehidupan. Dengan demikian, gaya hidup Islami adalah tentang menjadikan tauhid sebagai dasar utama dalam menjalani hidup, menjauhkan diri dari segala bentuk kesyirikan, dan mengikuti petunjuk Allah dalam setiap keputusan dan tindakan kita.

Menjadikan Allah sebagai orientasi utama eksistensi serta mengeliminasi seluruh tindakan yang menyimpang dari syariat merupakan konsekuensi dari komitmen menapaki jalan yang lurus sesuai petunjuk-Nya.

Pola perilaku tersebut mengonstruksi esensi gaya hidup Islami. Dalam penerapannya, implementasi haluan hidup ini bersandar pada manifestasi nilai ketakwaan, keadilan, kejujuran, serta kebenaran yang bersumber dari ajaran Hadis dan Al-Qur'an.

2.2.5 Perilaku Konsumtif

2.2.5.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Akumulasi pengalaman serta proses interaksi yang berlangsung terus-menerus antara individu dan lingkungannya merupakan faktor yang menstimulasi munculnya perilaku manusia, sehingga tindakan tersebut tidak terjadi secara spontan. Fenomena ini, dalam ruang lingkup psikologi, dipahami sebagai manifestasi reaksi atau tanggapan personal terhadap keragaman kondisi sekitar maupun rangsangan yang dihadapi. Pada tahap berikutnya, jalinan hubungan timbal balik dengan lingkungan tersebut secara aktif mengonstruksi tindakan nyata, sikap, sekaligus pengetahuan yang terefleksi dalam aktivitas sehari-hari (Dewi et al., 2021). Pemenuhan kepuasan sesaat serta eskalasi keinginan pribadi menggeser urgensi kebutuhan mendesak sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Pergeseran orientasi belanja ini mendefinisikan esensi dari perilaku konsumtif, sebuah manifestasi tindakan yang intensitas kajiannya sangat tinggi dalam ranah ekonomi dan sosial. Gejala tersebut dipahami sebagai bias kecenderungan individu untuk mengeksekusi aktivitas transaksi yang didikte oleh preferensi personal bernuansa hedonis, sikap

terhadap suatu produk, serta dominasi dorongan emosional (Moorthy et al., 2024).

Kepemilikan barang sejenis yang masih berfungsi dengan baik atau belum habis masanya tidak menghentikan individu untuk mengeksekusi transaksi atas produk baru. Fenomena belanja tersebut menjadi indikator riil yang mengekspos kemunculan perilaku konsumtif pada diri seseorang (S. D. Lestari & Haris, 2024a). Eskalasi pengeluaran secara signifikan dipicu oleh pola konsumsi yang berorientasi pada gengsi, kebaruan, maupun kepuasan personal. Jika terus berlanjut dalam jangka panjang, orientasi belanja ini berpotensi mengristal menjadi habituasi yang merusak kesehatan finansial. Dampak destruktif tersebut muncul karena perilaku konsumtif menstimulasi pemanfaatan sumber daya keuangan secara eksekif tanpa disertai kalkulasi terhadap skala prioritas kebutuhan yang riil.

2.2.5.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Kerangka parameter yang mendikte pembentukan perilaku konsumtif dipetakan melalui serangkaian indikator berpengaruh yang dirumuskan dalam pemikiran Sofiyana dan Aryanto (2025):

1. Penawaran Khusus

Penawaran khusus seperti diskon, *cashback*, promo bundling, dan potongan harga sering menjadi pemicu utama perilaku konsumtif. Individu cenderung merasa bahwa kesempatan tersebut sayang untuk dilewatkan, sehingga mereka terdorong membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Penawaran khusus juga menciptakan persepsi “hemat”, padahal

justeru dapat meningkatkan pengeluaran karena pembelian dilakukan secara impulsif. Sensasi mendapatkan harga murah membuat konsumen lebih fokus pada promonya, bukan pada apakah barang itu benar-benar diperlukan.

2. Penampilan Produk yang Menarik

Tampilan visual produk, seperti desain yang estetik, warna menarik, packaging premium, dan citra merek yang kuat, dapat memengaruhi minat beli konsumen. Produk yang dikemas secara menarik cenderung menciptakan kesan berkualitas tinggi, meskipun nilai fungsionalnya belum tentu berbeda dari produk biasa. Faktor estetika ini sering membuat seseorang membeli barang karena tampilan luar, bukan karena kebutuhan atau manfaat sebenarnya. Penampilan yang menarik juga dapat menimbulkan daya tarik emosional sehingga konsumen lebih mudah terdorong untuk membeli secara impulsif.

3. Keinginan Untuk Membeli

Keinginan membeli adalah dorongan internal yang muncul karena rasa ingin memiliki suatu barang, bukan karena kebutuhan yang mendesak. Keinginan ini biasanya dipengaruhi oleh emosi, mood, pengaruh teman, tren, atau paparan media sosial. Ketika keinginan menjadi lebih dominan daripada pertimbangan rasional, konsumen cenderung melakukan pembelian hanya untuk memenuhi kepuasan sesaat. Keinginan ini sering muncul berulang, sehingga mendorong pola konsumtif yang sulit dikendalikan tanpa adanya kontrol diri yang baik..

4. Pembelian Tanpa Mempertimbangkan Harga dan Kegunaan

Indikator ini menunjukkan bahwa individu melakukan pembelian tanpa melakukan evaluasi rasional terhadap harganya atau manfaat produknya. Konsumen lebih mengutamakan keinginan atau dorongan emosional sehingga keputusan membeli diambil secara cepat tanpa mempertimbangkan apakah harga terlalu mahal, atau apakah barang tersebut benar-benar berguna. Pola pembelian seperti ini biasanya terjadi pada produk-produk yang sedang tren, memiliki nilai simbolik, atau memberikan sensasi prestise. Ketidakmampuan mempertimbangkan harga dan kegunaan merupakan ciri kuat perilaku konsumtif yang bersifat impulsif dan boros.

5. Pembelian karena Status

Pembelian karena status terjadi ketika seseorang membeli barang untuk menunjukkan identitas sosial, gengsi, atau meningkatkan citra diri di mata orang lain. Produk-produk yang dibeli biasanya memiliki nilai simbolik seperti barang bermerek, fashion *high-end*, gadget terbaru, atau barang yang sedang populer di lingkungan sosialnya. Tujuan utama pembelian bukan lagi kegunaan barang, tetapi bagaimana barang tersebut dapat meningkatkan status atau memberikan pengakuan sosial. Konsumen dengan orientasi status biasanya memiliki kecenderungan konsumtif lebih tinggi karena ingin selalu tampil mengikuti tren dan menunjukkan kelas sosial tertentu

2.2.5.3 Perilaku Konsumtif dalam Islam

Larangan terhadap sikap serakah, penimbunan kekayaan, serta pemborosan harta secara sia-sia merupakan bentuk kontrol teologis yang digariskan oleh Allah Swt untuk membentengi umat manusia dari dampak destruktif perilaku konsumtif. Melalui restriksi ini, Al-Qur'an secara tegas menyeru individu agar mampu mengendalikan hasrat kepemilikan yang eksekutif demi mencegah kerugian sistemis bagi diri sendiri maupun lingkungan sosial. Pola regulasi finansial dan moralitas belanja tersebut secara eksplisit terdokumentasi di dalam Al-Qur'an Surah al-Isra ayat 26-27 yang berbunyi:

﴿وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ۚ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ﴾
(الاسراء/17: 26-27)

Artinya : *"Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."* (Q.S Al-Isra': 26-27)

Larangan terhadap pemborosan harta dalam Islam dikategorikan sebagai tindakan tercela akibat potensinya dalam memicu kerusakan sosial sekaligus merugikan kemaslahatan publik. Penilaian teologis ini disandarkan pada penjelasan Tafsir Ibnu Katsir saat mengurai kandungan Surah al-Isra ayat 26-27, di mana Allah Swt secara tegas memperingatkan

umat Islam agar membentengi diri dari jebakan perilaku konsumtif maupun habituasi boros yang tidak terkendali.

Dalam ulasan tafsirnya, Ibnu Katsir mengutip argumentasi yang memosisikan individu pengeksploitasi harta secara eksekusif sebagai saudara setan. Penyematan analogi tersebut menjadi indikator rigid bahwa segala bentuk sikap menghamburkan materi secara berlebihan berorientasi kontradiktif dengan fundamen ajaran Islam, yang menuntut penegakan prinsip tanggung jawab serta keseimbangan hidup.

Korelasi dengan gaya hidup konsumtif, ayat ini mengajarkan agar umat Islam menghindari kecenderungan untuk berfoya-foya dan memuaskan keinginan pribadi secara berlebihan, tanpa memperhatikan hak orang lain. Sebaliknya, mereka diajarkan untuk menggunakan harta dengan bijak, memberikan hak-hak orang lain seperti kerabat dekat, orang miskin, dan anak yatim, serta menghindari penghamburan kekayaan dalam bentuk pemborosan yang tidak berguna.

Keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan personal dan eskalasi perhatian terhadap kesejahteraan kolektif menjadi penekanan krusial yang diamanatkan dalam Surah al-Isra ayat 26-27. Berdasarkan konstruksi Tafsir Ibnu Katsir, dinamika tersebut mencerminkan fundamen ajaran Islam mengenai tata kelola harta yang maslahat.

Konsep tata kelola kekayaan ini menuntut implementasi penuh tanggung jawab, pembatasan ketat terhadap perilaku konsumtif yang eksekusif, serta pengutamakan alokasi distribusi materi kepada kelompok sosial

yang membutuhkan. Melalui kerangka kerja regulasi finansial tersebut, ayat ini menegaskan bahwa orientasi pemanfaatan aset tidak boleh hanya berpusat pada kepuasan individu, melainkan harus diintegrasikan dengan komitmen keadilan sosial.

2.2.6 *Self-Control*

2.2.6.1 *Pengertian Self-Control*

Kemampuan menahan dorongan sesaat demi mengamankan pencapaian yang lebih bernilai di masa depan berakar pada kapasitas regulasi diri seseorang. Dimensi ini didefinisikan sebagai self-control (kontrol diri), sebuah parameter psikologis yang menggambarkan kesanggupan individu dalam mengarahkan, mengatur, sekaligus mengendalikan perilakunya secara mandiri. Dalam implementasinya, fungsi kendali ini mencakup tata kelola terhadap luapan emosi, respons impulsif, serta manifestasi tindakan nyata, dengan tujuan utama menjaga agar seluruh aktivitas personal tetap bergerak selaras pada koridor target jangka panjang yang telah dicanangkan (Averill, 1973). Penghindaran terhadap transaksi tidak terencana yang dipicu oleh tekanan lingkungan, pergeseran tren, atau jebakan promosi menjadi ciri utama dari individu yang memiliki kapasitas regulasi diri yang solid. Dalam pusaran perilaku konsumtif, dimensi kontrol diri ini memegang pengaruh krusial dalam mendikte bagaimana seseorang memformulasikan keputusan untuk memilih, menggunakan, hingga mengeksekusi pembelian suatu produk. Melalui optimalisasi fungsi kendali tersebut, seseorang dibekali kemampuan kognitif yang kuat untuk secara

objektif memisahkan antara skala prioritas kebutuhan riil dan pemenuhan keinginan sesaat (S. D. Lestari & Haris, 2024a). Kapasitas individu dalam mengevaluasi efektivitas tindakannya secara objektif berakar pada optimalisasi fungsi kontrol diri, yang memungkinkannya memformulasikan keputusan konsumsi secara tepat sekaligus membendung eskalasi perilaku belanja yang eksekutif. Melalui mekanisme kendali tersebut, seseorang dibekali kemampuan untuk meredam respons impulsif, mengalkulasi kegunaan riil suatu komoditas, serta mengelola sumber daya keuangan secara lebih bijaksana. Manifestasi dari regulasi diri ini secara otomatis membentengi subjek dari jebakan pola konsumsi yang tidak rasional serta habituasi boros (Dewi et al., 2021)..

2.2.6.2 Indikator *Self-Control*

Indikator kontrol diri dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Dewi et al., (2021), yang terdiri atas beberapa poin berikut ini.

1. Kontrol perilaku

Faktor eksternal menjadi tumpuan kendali saat kapasitas personal dalam mengarahkan keadaan tidak lagi memadai, yang merupakan bagian dari aspek regulated administration untuk menentukan pemegang kendali situasi antara aturan perilaku atau diri sendiri. Komponen tersebut, bersama dengan kemampuan memodifikasi stimulus (stimulus modifiability) yang berfungsi mengelola respons atau stimulus kala berhadapan dengan kondisi yang tidak diinginkan, menyusun dua dimensi dari kapasitas mengontrol perilaku.

Melalui integrasi kedua elemen ini, kontrol perilaku mewujudkan sebagai bentuk kesiapan eksistensi sebuah respons yang memiliki kapabilitas untuk berdampak secara langsung terhadap stimulus-stimulus tidak menyenangkan.

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*)

Upaya mereduksi tekanan difasilitasi oleh kontrol kognitif (*cognitive control*), sebuah kapasitas personal dalam menyaring informasi yang tidak dikehendaki melalui proses menginterpretasi, menilai, atau mengintegrasikan suatu peristiwa ke lingkup kerangka kognitif. Manifestasi dari aktivitas menilai serta menafsirkan kondisi ini diwujudkan dengan cara mengarahkan perhatian pada berbagai segi positif yang terkandung di dalamnya.

3. Kontrol keputusan (*decisional control*)

Ketersediaan kesempatan, kebebasan, maupun kemungkinan bagi personal untuk menentukan arah di antara beragam opsi tindakan menjadi prasyarat agar pengendalian diri dalam memilih dapat berjalan optimal. Mekanisme ini berakar pada kontrol keputusan (*decisional control*), yakni kapabilitas individu dalam menetapkan suatu tindakan atau hasil akhir yang berpijak pada keyakinan serta persetujuan pribadinya.

2.2.6.3 Self-Control dalam Islam

Materi mengenai mujahadah an-nafs atau pergulatan menundukkan dorongan internal diistilahkan sebagai representasi pengendalian diri lewat

sudut pandang Islam. Beban berat serta tingkat kesulitan spiritual dari manifesto mengendalikan hawa nafsu dalam diri ini terbukti melampaui konfrontasi fisik, sebagaimana terpotret saat Rasulullah SAW menanggapi konfirmasi para sahabat pasca-Perang Badar mengenai eksistensi pertempuran yang jauh lebih masif dengan jawaban, "Melawan hawa nafsu." Selaras atas prinsip perjuangan tersebut, Al-Baqarah ayat 45 menjadi instrumen pengingat yang dihadirkan Allah Swt melalui firman-Nya:

(وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ ۚ إِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ ۝ ٤٥)
(البقرة/2: 45)

Artinya : *"Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sesungguhnya (salat) itu benar-benar berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyuk."* (Q.S Al-Baqarah :45)

Tafsir Ibnu Katsir mengenai Surat Al-Baqarah ayat 45 menekankan bahwa meminta pertolongan kepada Allah dalam menghadapi kesulitan dapat dilakukan dengan dua cara utama, yaitu melalui sabar dan shalat. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa sabar dalam ayat ini bukan hanya sabar dalam menahan diri dari kesulitan, tetapi juga sabar dalam menghadapi godaan dan tantangan, termasuk dalam pengendalian hawa nafsu. Sabar juga diartikan sebagai kemampuan untuk menahan keinginan atau dorongan dalam diri sesuai dengan tuntunan Allah, yang mengarah pada *self-control* atau pengendalian diri. Ibnu Katsir juga menekankan bahwa

shalat sebagai bentuk ibadah kepada Allah memiliki peran penting dalam memperkuat kesabaran dan menenangkan hati. Shalat menjadi sarana bagi seorang Muslim untuk berkomunikasi langsung dengan Allah, memohon petunjuk, serta memohon kekuatan untuk mengendalikan diri dan menghadapi kesulitan dengan hati yang sabar. Dengan shalat dan sabar, seorang hamba dapat mengatasi ujian hidup dengan cara yang penuh kesabaran, menjaga stabilitas emosi, dan menerima takdir dengan lapang dada.

Pengendalian diri yang baik, menurut tafsir ini, akan membantu seseorang tetap tenang dan tidak tergoyahkan oleh keadaan, serta lebih mudah menerima kenyataan dengan sikap tawakal, yaitu berserah diri sepenuhnya kepada Allah. Dalam konteks ini, sabar bukan hanya tentang menahan diri dari perasaan negatif, tetapi juga tentang menahan keinginan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam, menjaga diri agar tidak terjerumus dalam perilaku yang tidak terkontrol.

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Tingkat pengetahuan, pemahaman, sekaligus keterampilan personal dalam tata kelola keuangan secara efektif merupakan substansi yang secara umum mendefinisikan literasi keuangan (Abdullah et al., 2022). Krusialnya literasi keuangan bagi masyarakat modern lahir demi menjaga keseimbangan antara kemampuan finansial dan keinginan konsumsi di tengah kepuasan gaya hidup konsumtif, e-commerce, serta kemudahan

akses kredit. Melalui kapasitas ini, basis tindakan keuangan dibentuk berdasarkan perencanaan dan informasi alih-alih dorongan sesaat, yang diwujudkan lewat kemampuan membedakan antara keinginan dan kebutuhan.

Peningkatan kecenderungan siswa untuk melakukan pengeluaran konsumtif justru dipicu oleh semakin tingginya literasi keuangan mereka, sebagaimana dinyatakan beberapa studi yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel tersebut terhadap perilaku konsumtif (Ariria & Ulfatun, 2025). Manifestasi perilaku konsumtif mahasiswa justru terdongkrak oleh adanya eskalasi pada pemahaman finansial mereka, sebuah kondisi yang menegaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z (Oktaviani et al., 2023).

H1 : Terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

2.3.2 Pengaruh *Fintech* terhadap Perilaku Konsumtif

Kemandirian dari ketergantungan terhadap uang tunai berhasil dibentuk lewat kecepatan, kemudahan, serta kenyamanan bertransaksi yang disodorkan oleh platform layanan *paylater* dan pembayaran digital. Ragam instrumen tersebut merupakan bentuk konkret dari infiltrasi teknologi finansial atau Financial Technology (*Fintech*), yang eksistensinya telah merombak secara signifikan lanskap aktivitas

keuangan sekaligus cara masyarakat menjalankan aktivitas transaksi (Lesmana Adelyanto Sampe, 2024).

Pengeluaran yang bersifat impulsif mengalami peningkatan akibat dorongan dari kemudahan serta kecepatan transaksi, yang merupakan dampak dari penggunaan financial technology (fintech) berupa pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dinamika ini selaras dengan temuan beberapa studi yang menunjukkan bahwa aktivitas konsumtif dipengaruhi oleh pemanfaatan fintech, meski kekuatan serta arah dampak yang dihasilkan bervariasi (Senobua et al., 2023). Pengabaian skala prioritas serta kecenderungan mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan merupakan bentuk konkret perilaku konsumtif mahasiswa yang dipicu oleh pemanfaatan dompet digital seperti ShopeePay, sebuah temuan yang memperkuat hasil sejalan dalam penelitian (Permadani & Sartika, 2025).

H2 : Terdapat pengaruh positif *fintech* terhadap perilaku konsumtif

2.3.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Tingkat konsumsi yang cenderung lebih tinggi konsisten ditunjukkan oleh penganut gaya hidup modern atau hedonis dibandingkan dengan mereka yang bergaya hidup sederhana, sebagaimana ditemukan dalam berbagai penelitian di Indonesia. Fenomena ini menegaskan posisi krusial gaya hidup sebagai faktor penting dalam membentuk perilaku konsumtif, di mana dimensi tersebut mencakup nilai, preferensi, kebiasaan konsumsi, serta cara individu melakukan aktivitas sehari-hari.

Pembelian impulsif serta pengeluaran yang berlebihan dipicu oleh faktor-faktor seperti gaya hidup hedonistik dan kecenderungan mengikuti tren sosial, yang menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Fenomena tersebut sejalan dengan indikasi dari beberapa studi bahwa aktivitas konsumtif dipengaruhi oleh dimensi gaya hidup, walaupun kekuatan dampak yang dihasilkan menunjukkan variasi (Sugiarto & Amri, 2023). Keputusan konsumsi yang berlebihan dipicu oleh dorongan dari status sosial serta preferensi terhadap merek, suatu dinamika yang selaras atas pembuktian bahwa perilaku konsumtif pada generasi Z memiliki pengaruh positif yang bersumber dari variabel gaya hidup (Anikawati & Suwaidi, 2025).

H3 : Terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

2.3.4 Pengaruh *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Kecenderungan untuk rentan terpengaruh oleh promosi digital serta kemudahan belanja online memicu meningkatnya perilaku konsumtif, khususnya pada remaja dan mahasiswa yang diketahui berhubungan dengan rendahnya kontrol diri. Hambatan tersebut bertumpu pada fungsi self-control sebagai faktor psikologis inti, di mana eksistensinya memegang peran penting dalam memfasilitasi kapabilitas individu untuk mengendalikan perilaku konsumsi sekaligus menahan dorongan membeli (I Nyoman Rajeg Mulyawan et al., 2022). Eksistensi fungsi self-control memposisikan dimensi ini sebagai variabel mediasi dalam menjembatani dampak dari gaya hidup, penggunaan e-money, serta literasi keuangan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Sintang. Peran penjemabatan tersebut tetap berjalan dalam struktur hubungan yang terbentuk, meskipun signifikansi tidak selalu muncul pada pengaruh langsung yang diberikan self-control terhadap perilaku konsumtif (Abirama et al., 2025).

Perilaku konsumtif mahasiswa pengguna e-commerce Shopee dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh self-control, di mana variabel ini sekaligus bertindak memediasi dampak dari literasi keuangan dan fintech terhadap aktivitas konsumsi tersebut. Temuan ini diperoleh berdasarkan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian lain (Permadani & Sartika, 2025). Urgensi pelaksanaan penelitian lebih lanjut menjadi penting demi menguak batasan fungsi self-control sebagai faktor protektif dalam memitigasi perilaku konsumtif berlebihan pada mahasiswa. Kebutuhan investigasi mendalam ini dipicu oleh belum sepenuhnya konsisten peran self-control dalam memengaruhi perilaku konsumtif di era digital, sebuah realitas yang terefleksikan melalui perbedaan temuan tersebut.

H4 : Terdapat pengaruh negatif *self-control terhadap* perilaku konsumtif

2.3.5 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui

Self-control sebagai variabel mediasi

Kemampuan merencanakan pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menimbang konsekuensi jangka panjang dari tiap transaksi cenderung lebih dikuasai oleh individu yang memiliki kecakapan finansial mumpuni. Kapasitas tersebut membuktikan bahwa literasi

keuangan memengaruhi kemampuan mereka dalam mengendalikan diri ketika mengambil keputusan konsumsi, di samping korelasi langsungnya terhadap cara individu mengelola uang (Dzakiyyah et al., 2022).

Kontrol diri yang semakin kuat serta kecenderungan konsumtif mahasiswa yang kian merosot dipicu oleh semakin baiknya tingkat pemahaman finansial mereka, sebuah mekanisme yang menempatkan self-control sebagai variabel mediasi dalam menjembatani pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Fenomena ini, sebagaimana diungkapkan sejumlah penelitian, menegaskan peran penting kedua dimensi tersebut dalam menekan perilaku konsumtif sekaligus memperkuat asumsi bahwa kendali atas dorongan belanja berlebihan didorong oleh pengetahuan keuangan individu (Permadani & Sartika, 2025).

H5 : Terdapat pengaruh literasi keuangan melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

2.3.6 Pengaruh Fintech terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Self-Control* sebagai variabel mediasi

Niat serta kecenderungan individu untuk berbelanja dapat diperkuat oleh kemudahan penggunaan teknologi finansial, sebuah dinamika yang jika ditinjau dari perspektif Theory of Planned Behavior tetap menempatkan tingkat self-control sebagai faktor yang sangat memengaruhi realisasi perilaku tersebut. Konsekuensinya, kerentanan dalam memanfaatkan instrumen ini demi memuaskan keinginan sesaat

membayangi mereka yang memiliki kontrol diri rendah; kontras dengan individu berpembawaan self-control mumpuni yang cenderung lebih selektif saat mengoperasikan layanan digital tersebut sekaligus mampu meredam dorongan belanja impulsif. Fenomena ini berakar pada eksistensi perkembangan financial technology (fintech) semisal fitur paylater, e-money, dan e-wallet yang telah menurunkan hambatan berbelanja serta mempermudah akses transaksi, sehingga bermuara pada potensi peningkatan perilaku konsumtif, khususnya di kalangan mahasiswa (Permadani & Sartika, 2025).

Mekanisme psikologis yang menjabarkan konversi kemudahan fintech menjadi keputusan konsumsi secara teoritis diposisikan pada eksistensi self-control. Penyelarasan fungsi ini bertumpu pada pembuktian dari penelitian Dewi et al., (2021) yang menunjukkan adanya kaitan antara tingkat self-control dengan impak signifikan yang dihasilkan oleh penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif (Dewi et al., 2021b).

H6: Terdapat pengaruh *fintech* melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

2.3.7 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui *Self-Control* sebagai variabel mediasi.

Kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompok mahasiswa dapat mengalami peningkatan apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengendalian diri, di mana dinamika tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan aktualisasi diri, media digital, serta lingkungan sosial. Fenomena ini

berakar pada eksistensi gaya hidup modern yang dalam praktiknya sering kali mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan akibat orientasi yang kian melekat pada ekspresi diri, kenyamanan, dan tren (Abirama et al., 2025).

Kontrol diri terbukti tidak mampu memediasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, sebuah realitas yang melengkapi temuan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri. Dinamika interaksi antarvariabel ini berjalan sejalan dengan pembuktian bahwa perilaku konsumtif pengguna paylater Gen Z di Kota Semarang juga dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh dimensi gaya hidup mereka (Sofiyana & Aryanto, 2025). Eksistensi gaya hidup terbukti hanya berpengaruh signifikan terhadap self-control tanpa memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif, di mana self-control pun tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif serta gagal memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Sintang. Di sisi lain, potret kontras ditunjukkan oleh temuan berbeda yang menegaskan bahwa gaya hidup merupakan determinan penting perilaku konsumtif dan secara potensial berkaitan dengan mekanisme psikologis pengendalian diri (Abirama et al., 2025).

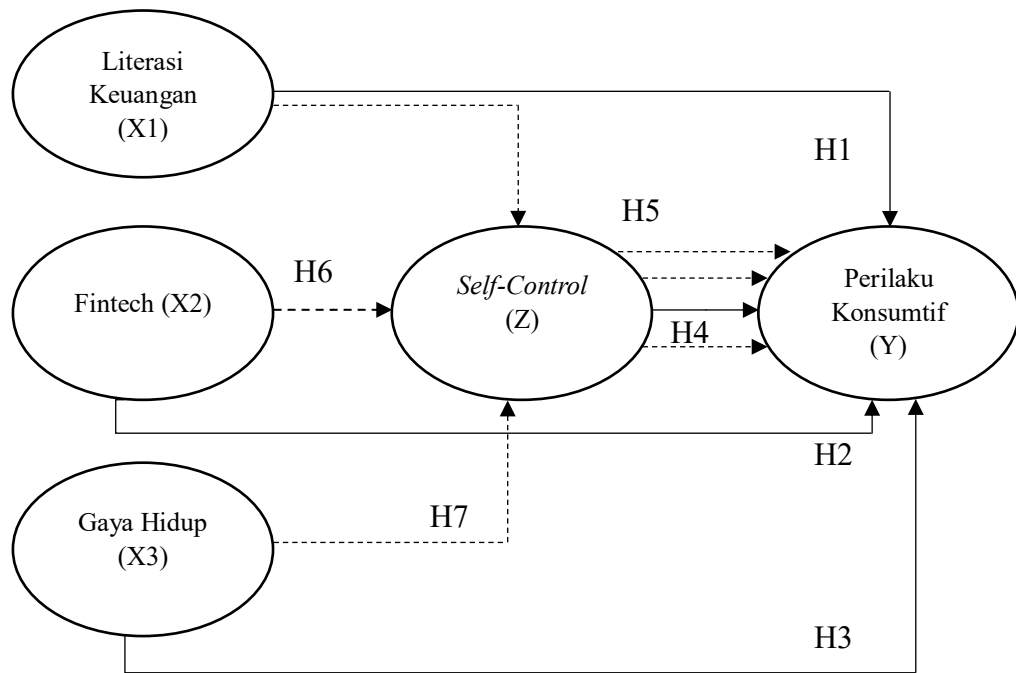
Eksistensi inkonsistensi empiris mengenai efektivitas self-control sebagai mediator serta ada tidaknya pengaruh langsung gaya hidup terhadap perilaku konsumtif terefleksikan melalui perbedaan hasil ini. Realitas tersebut memicu perlunya pelaksanaan kajian ulang yang

menempatkan *self-control* sebagai variabel mediasi dalam meneliti hubungan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

H7 : Terdapat pengaruh gaya hidup melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

2.4 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 2
Kerangka Konseptual



Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Keterangan :

—————> : Peng. Langsung

- - - - -> : Peng. Tidak Langsung

Berdasarkan landasan teori dan kerangka berfikir, maka hipotesis yang akan diuji keabsahannya sebagai berikut:

H1 : Terdapat pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

H2 : Terdapat pengaruh positif *fintech* terhadap perilaku konsumtif

H3 : Terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

H4 : Terdapat pengaruh negatif *self-control* terhadap perilaku konsumtif

H5 : Terdapat pengaruh literasi keuangan melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

H6: Terdapat pengaruh *fintech* melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

H7: Terdapat pengaruh gaya hidup melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam Bab III ini, peneliti akan membahas metode penelitian yang meliputi jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data sebagai berikut:

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penghasilan kesimpulan guna menjawab permasalahan yang diteliti dicapai melalui pemanfaatan statistik sebagai instrumen pengujian dan penghitungan data terukur, sebuah mekanisme yang mendasari pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini demi memastikan keakuratan hasil analisis. Orientasi operasional tersebut, sebagaimana dirumuskan oleh Sugiyono (2018), berlandaskan pada paradigma positivistik yang memandang realitas sebagai sesuatu yang dapat diukur secara objektif (Sugiyono, 2018). Tujuan memberikan penjelasan mengenai korelasi atau hubungan antar-variabel yang diteliti mendasari digunakannya pendekatan *explanatory research* dalam penelitian ini. Pemanfaatan instrumen metodologis tersebut sekaligus diarahkan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah dirumuskan di antara berbagai variabel yang sedang dikaji (Supriyanto et al., 2019).

3.2 Lokasi Penelitian

Pendidikan yang masih ditempuh oleh mahasiswa aktif di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi kriteria penentu bagi penetapan mereka sebagai objek penelitian ini. Status keanggotaan akademis tersebut sekaligus menandai

bahwa lokus pelaksanaan dari seluruh rangkaian penelitian berada di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim.

3.3 Populasi dan Sampel

Fokus kajian guna memperoleh kesimpulan yang dapat digeneralisasi bertumpu pada sekumpulan individu, objek, atau entitas yang memiliki karakteristik tertentu, di mana keseluruhan elemen tersebut merujuk pada definisi populasi dalam penelitian (Sugiyono, 2013). Kesesuaian dengan variabel yang diteliti menjadi dasar penentuan elemen populasi agar relevan dengan tujuan suatu riset. Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dijadikan populasi dalam kajian ini, yang kemudian dikerucutkan menjadi sampel spesifik berupa mahasiswa aktif angkatan 2022–2025. Akurasi potret perilaku konsumtif mereka saat memanfaatkan financial technology diperoleh melalui penetapan kriteria sampel yang ketat, yakni keharusan memiliki pemahaman seputar gaya hidup, fintech, serta literasi keuangan. Di samping aspek pengetahuan tersebut, keharusan mencakup juga pengalaman langsung subjek sebagai pengguna instrumen digital seperti paylater (Akulaku, Kredivo), mobile banking, ataupun e-wallet (GoPay, DANA, OVO).

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Peluang yang tidak setara bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel menjadi karakteristik dari non-probability sampling, yang diterapkan sebagai teknik penarikan sampel dalam riset ini. (Sugiyono, 2018). Kriteria serta pertimbangan spesifik yang telah ditentukan oleh peneliti menjadi

dasar penarikan sampel melalui purposive sampling, yang digunakan sebagai jenis non-probability sampling dalam kajian ini (Sugiyono, 2018). Identifikasi subjek dengan keterlibatan atau pengetahuan spesifik yang sejalan terhadap fokus kajian menjadi alasan pemilihan teknik purposive sampling ini. Karakteristik khusus penentuan sampel dalam riset tersebut ditetapkan lewat acuan poin-poin berikut:

1. Batasan operasional subjek dalam riset ini merujuk pada angkatan 2022–2025 bagi mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Pemahaman seputar gaya hidup, fintech, serta literasi keuangan menjadi aspek kapasitas yang wajib dimiliki oleh mahasiswa sampel.
3. Pengalaman riil dalam mengoperasikan instrumen digital seperti mobile banking, paylater (Akulaku, Kredivo), maupun e-wallet (ShopeePay, DANA, OVO, GoPay) menjadi prasyarat pemanfaatan aplikasi fintech bagi mahasiswa yang dipilih.

Penentuan kuantitas sampel yang representatif menggunakan rumus Slovin dengan acuan margin of error (MoE) senilai 5%. Batasan galat tersebut ditetapkan demi efisiensi serta kepraktisan ukuran sampel di tengah keterbatasan sumber daya, tanpa mengorbankan akurasi tingkat ketelitian riset. Adapun subjek total yang menjadi ruang lingkup populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa UIN Malang dengan agregat 17.908 individu (Sekaran & Bougie, 2016).

Rumus Slovin :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah Populasi

e : batas kesalahan yang diperbolehkan atau taraf nyata (1%,5% dan 10%)²

Berdasarkan acuan tingkat galat sebesar 5% tersebut, besaran kuantitas subjek riset yang digunakan ditetapkan melalui kalkulasi ukuran sampel sebagai berikut:

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

$$n = \frac{17.908}{1 + 17.908(0,05)^2}$$

$$n = \frac{17.908}{1 + 17.908(0,0025)}$$

$$n = \frac{17.908}{1 + 44,77}$$

$$n = \frac{17.908}{45,77}$$

$$n = 391,260$$

Kuantitas paling sedikit bagi subjek riset yang harus dipenuhi merujuk pada angka 391 responden berdasarkan kalkulasi lewat rumus Slovin. Angka sampel

minimal tersebut diperoleh dari totalitas mahasiswa aktif angkatan 2022–2025 di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

3.5 Data dan Jenis Data

Informasi tangan pertama yang dihimpun secara langsung oleh peneliti dari objek kajian menjadi karakteristik utama dari data primer yang dimanfaatkan dalam riset ini (Sugiyono, 2018). Pemanfaatan tautan digital Google Form instrumen yang disiapkan peneliti menjadi media dalam menghimpun data primer lewat distribusi angket. Mahasiswa aktif UIN Malang angkatan 2022–2025 menjadi target sebaran kuesioner ini, dengan prasyarat keterlibatan riil sebagai pengguna fasilitas teknologi finansial seperti paylater (Akulaku, Kredivo), mobile banking, ataupun akun e-wallet (ShopeePay, DANA, OVO, GoPay). Di samping rekam jejak pemanfaatan tersebut, keharusan pemahaman komprehensif subjek terkait parameter gaya hidup, fintech, dan literasi keuangan menjadi kualifikasi mutlak bagi responden terpilih.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen berupa daftar pertanyaan atau pernyataan terstruktur hasil rancangan peneliti untuk diisi oleh subjek riset merupakan esensi dari kuesioner. Pemanfaatan angket tersebut diaplikasikan sebagai metode penarikan data yang digunakan dalam kajian ini (Sugiyono, 2018). Tautan digital terintegrasi yang disiapkan peneliti menjadi media penyebaran Google Form hasil konversi instrumen fisik untuk didistribusikan secara masif lewat jejaring media sosial. Variabel mediasi berupa peran self-control, di samping parameter perilaku

konsumtif, gaya hidup, fintech, serta literasi keuangan, menjadi muatan utama dari serangkaian poin pertanyaan dan pernyataan yang termaktub di dalam kuesioner tersebut.

3.7 Skala Pengukuran

Indikator-indikator operasional yang diturunkan dari variabel riset menjadi instrumen penyusunan daftar pertanyaan atau pernyataan dengan bersandarkan pada panduan skala Likert. Atribusi teoretis kegunaan teknik ini merujuk pada pandangan Sugiyono (2018), yang menyatakan bahwa fungsi instrumen tersebut adalah menguantifikasi persepsi, pandangan, maupun sikap kelompok serta individu kala merespons fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Tabel di bawah ini memuat rancangan penyajian visual instrumen pengukuran berskala Likert yang disiapkan untuk riset ini. Penyusunan butir-butir pernyataan maupun pertanyaan secara sistematis memanfaatkan turunan dari poin-poin indikator operasional tersebut sebagai basis utamanya..

Tabel 3. 1
Skala Pengukuran

Keterangan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Netral (N)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
Skor	5	4	3	2	1

Sumber : Sugiyono, (2013)

3.8 Definisi Operasional Variabel

Penetapan instrumen dan metode kuantifikasi yang konkret terhadap parameter kajian menjadi inti dari penjabaran definisi operasional variabel. Serangkaian elemen yang masuk ke dalam ruang lingkup analisis pada penelitian ini di antaranya meliputi:

1. Parameter yang eksistensinya ditentukan atau dipengaruhi oleh keberadaan variabel independen merupakan hakikat dari variabel dependen. Objek kajian yang diposisikan pada fungsi tersebut dalam riset ini adalah perilaku konsumtif (Y).
2. Faktor yang dapat dimanipulasi atau dikendalikan demi mengamati efeknya terhadap luaran riset merupakan fungsi utama dari variabel independen, yang memicu perubahan atau memengaruhi variabel dependen. Kategori elemen stimulus yang diterapkan pada kajian ini meliputi tiga parameter, yaitu gaya hidup (X3), fintech (X2), serta literasi keuangan (X1).
3. Eksistensi self-control (Z) diposisikan sebagai variabel mediasi dalam kajian ini. Konseptualisasi parameter intervening tersebut merujuk pada elemen penghubung konseptual yang memengaruhi dinamika interaksi baik memperlemah ataupun memperkuat daya hubungan antara variabel dependen dan independen, meskipun manifestasinya tidak dapat diukur secara kasat mata

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
X1	Literasi Keuangan (Ariwangsa & Jayanatha, 2023)	X1.1 Pendapatan (mengacu pada pengetahuan mahasiswa tentang dasar-dasar pengelolaan keuangan yang dapat mempengaruhi keputusan mereka dalam mengelola uang dan pengeluaran)	X1.1.1 Mengetahui cara merencanakan pengelolaan pendapatan untuk jangka pendek dan panjang.
			X1.1.2 Dapat mengontrol pengeluaran berdasarkan pendapatan yang di terima.
		X1.2 Pengelolaan Uang (mencakup kemampuan untuk membuat anggaran, mengelola utang, menabung, dan berinvestasi dengan bijak.)	X1.2.1 Merasa nyaman mengelola pengeluaran dan tidak melebihi anggaran yang telah ditentukan.
			X1.2.2 Menghindari pengeluaran impulsif yang tidak direncanakan.
		X.1.3 Tabungan (mencakup pengaturan dana darurat, tabungan untuk tujuan jangka panjang, dan pengelolaan sumber daya finansial dengan cara yang mendukung	X1.3.1 Menyisihkan sebagian dari pendapatan setiap bulan untuk ditabung.
			X1.3.2 Merasa penting untuk memiliki tabungan yang cukup untuk mengatasi situasi

		keamanan finansial di masa depan.)	finansial yang darurat.
		X1.4 Resiko & Keuntungan (mencakup kemampuan untuk menilai dan memahami bahwa investasi atau keputusan finansial tertentu mengandung unsur risiko, namun juga dapat memberikan keuntungan yang sebanding.)	X1.4.1 Memahami bahwa setiap keputusan investasi yang dibuat mengandung risiko, dan siap untuk menghadapi potensi kerugian.
			X1.4.2 Dapat menilai potensi keuntungan dari suatu investasi sebanding dengan risiko yang harus dihadapi.
X2	<i>Financial Technology</i> (Kamel & Hassan, 2003)	X2.1 Persepsi Kegunaan (mengacu pada pandangan mahasiswa mengenai seberapa besar manfaat teknologi keuangan (seperti aplikasi fintech atau platform pengelolaan keuangan) dalam meningkatkan pengelolaan uang mereka.)	X2.1.1 Penggunaan <i>fintech</i> sangat membantu dalam mempermudah pengelolaan keuangan.
			X2.1.2 <i>Fintech</i> dapat diandalkan untuk melakukan transaksi keuangan dengan aman.
		X2.2 Persepsi Kemudahan (mengukur seberapa mudah mahasiswa merasa dalam	X2.2.1 <i>Fintech</i> memudahkan dan mempercepat proses transaksi keuangan.

		menggunakan aplikasi atau platform keuangan untuk memonitor pengeluaran, tabungan, dan investasi mereka.)	X2.2.2 Fitur-fitur <i>Fintech</i> mudah dipelajari.
X3	Gaya Hidup (Sofiyana and Aryanto, 2025)	X3.1 Aktivitas (merujuk pada kebiasaan dan rutinitas individu yang mempengaruhi keputusan keuangan mereka.)	X3.1.1 Sering membeli barang atau layanan yang sedang menjadi tren, meskipun tidak terlalu diperlukan.
			X3.1.2 Pengeluaran sering dipengaruhi oleh kegiatan sosial atau lingkungan sekitar, seperti belanja saat berkumpul dengan teman.
		X3.2 Minat (merujuk pada kecenderungan individu untuk tertarik, terlibat, atau memberikan perhatian terhadap suatu aktivitas atau topik.)	X3.2.1 Sering mengikuti tren gaya hidup terbaru, seperti mode, teknologi, atau gaya hidup sehat, dan ini memengaruhi cara mengelola pengeluaran.
			X3.2.2 Tertarik untuk membeli barang atau layanan yang sesuai dengan gaya hidup meskipun itu sering kali tidak direncanakan sebelumnya.

		X3.3 Pendapat (merujuk pada persepsi atau pandangan individu tentang gaya hidup tertentu, apakah itu gaya hidup yang cenderung konsumtif, berorientasi pada status sosial, atau gaya hidup minimalis.)	X3.3.1 Percaya bahwa gaya hidup yang konsumtif dapat berdampak buruk pada kesehatan finansial dalam jangka panjang.
			X3.3.2 Merasa bahwa gaya hidup yang lebih sederhana dan hemat dapat membantu mengelola keuangan dengan lebih baik.
Z	<i>Self-Control</i> (Dewi <i>et al.</i> , 2021)	Z1.1 Kontrol Perilaku (mengacu pada kemampuan individu untuk mengelola dan mengendalikan tindakan, dorongan, atau kebiasaan yang dapat menyebabkan perilaku konsumtif atau keputusan finansial yang impulsif.)	Z1.1.1 Mampu berpikir secara hati-hati dan mempertimbangkan segala aspek sebelum membuat keputusan.
			Z1.1.2 Mampu mengendalikan stimulus dan mengatur diri sendiri dalam berbagai situasi.
		Z1.2 Kontrol Kognitif (mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi berbagai pilihan dan konsekuensi, serta membuat keputusan berdasarkan	Z1.2.1 Mampu menghindari atau menjauhkan diri dari kondisi yang dianggap tidak menguntungkan.
			Z1.2.2 Mampu mengendalikan emosi dan respons saat

		pertimbangan logis.)	menghadapi situasi tertentu.
		Z1.3 Kontrol Keputusan (mengacu pada kemampuan individu untuk mengatur dan mengarahkan proses pengambilan keputusan mereka, memastikan bahwa keputusan yang diambil adalah hasil dari pertimbangan yang matang dan tidak terburu-buru.)	Z1.3.1 Mampu mempertimbangkan aspek-aspek positif dan pandangan pribadi. Z1.3.2 Akan menghindari membuat keputusan pembelian secara terburu-buru.
Y	Perilaku Konsumtif (Sofiyana & Aryanto, 2025)	Y1.1 Penawaran Khusus (bentuk promosi yang memberikan keuntungan tambahan bagi konsumen, seperti harga lebih murah, produk gratis, atau diskon khusus yang hanya berlaku untuk waktu terbatas.)	Y1.1.1 Membeli produk ketika ada penawaran khusus atau diskon menarik yang tersedia. Y1.1.2 Penawaran khusus atau promosi sering kali mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu barang atau layanan.
		Y1.2 Penampilan Produk yang Menarik (mengacu pada aspek visual produk seperti desain, kemasan, warna, atau presentasi yang	Y1.2.1 Tertarik untuk membeli produk yang memiliki desain atau kemasan yang menarik, meskipun tidak

		dapat menarik perhatian konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian mereka.)	membutuhkannya.
			Y1.2.2 Penampilan visual produk, seperti kemasan atau warna, sering kali memengaruhi keputusan untuk membeli suatu barang.
		Y1.3 Keinginan untuk Membeli (merujuk pada dorongan internal atau eksternal yang mendorong individu untuk melakukan pembelian, meskipun hal tersebut mungkin bukan merupakan kebutuhan mendesak)	Y1.3.1 Terdorong untuk membeli barang meskipun tidak benar-benar membutuhkannya.
			Y1.3.2 Sulit untuk menahan keinginan membeli produk ketika melihat promosi atau penawaran menarik.
		Y1.4 Pembelian Tanpa Mempertimbangkan Harga dan Kegunaan (mengacu pada keputusan untuk membeli suatu produk atau layanan tanpa	Y1.4.1 Membeli barang hanya karena tertarik atau tergoda, meskipun tidak memeriksa harga atau apakah benar-benar membutuhkannya.

		memperhitungkan apakah harga produk tersebut sesuai dengan anggaran atau apakah produk tersebut benar-benar memenuhi kebutuhan.)	Y1.4.2 Membeli produk tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar berguna atau sesuai dengan anggaran.
		Y1.5 Pembelian karena Status (merujuk pada perilaku konsumtif di mana keputusan pembelian didorong oleh keinginan untuk menunjukkan status sosial atau prestise, meskipun produk tersebut mungkin tidak memiliki nilai fungsional atau kegunaan praktis yang signifikan.)	Y1.5.1 Membeli produk tertentu untuk menunjukkan status sosial atau <i>prestise</i> di mata orang lain. Y1.5.2 Memilih barang-barang bermerk atau mahal untuk meningkatkan citra diri di lingkungan sosial.

Sumber: Data diolah peneliti (2026)

3.9 Analisis Data

Pengujian hipotesis guna menjawab seluruh rumusan masalah penelitian menjadi orientasi utama dalam pelaksanaan kalkulasi pada tahapan analisis data. Rangkaian aktivitas dalam proses ini berjalan mulai dari penghimpunan informasi yang bersumber dari informan, diikuti dengan klasifikasi data yang disesuaikan menurut variabel relevan. Setelah pengelompokan tersebut dilakukan, data dari tiap-tiap parameter dikelola dan disajikan secara sistematis demi memperoleh kesimpulan akhir yang

berkorelasi langsung dengan asumsi awal yang diuji (Sugiyono, 2013). Verifikasi terhadap eksistensi pengaruh yang ditimbulkan oleh parameter independen ke arah variabel dependen merupakan orientasi utama dari pelaksanaan uji hipotesis dalam rangkaian analisis ini.

3.9.1 Analisis Deskriptif

Deskripsi mendalam mengenai parameter-parameter yang dikaji diperoleh melalui penerapan analisis deskriptif, yang berfungsi merinci serta memaparkan data terhimpun. Operasionalisasi proses ini bertumpu pada aktivitas pengumpulan, pengurutan, hingga pengklasifikasian data lapangan. Kategori demografis berupa fakultas, jenis kelamin, dan usia menjadi basis pengelompokan serta pembedahan data profil responden yang bersumber dari kuesioner. Sementara itu, interpretasi terhadap akumulasi jawaban subjek riset dari angket yang telah terdistribusi dipaparkan dengan memanfaatkan struktur lima tingkat gradasi pertanyaan berpatokan pada skala Likert.

3.9.2 Analisis Inferensial

Metode Partial Least Square (PLS) diaplikasikan dalam rangkaian analisis inferensial untuk membedah data yang telah terhimpun di lapangan. Atribusi metodologis dari Abdillah dan Jogiyanto (2015) mengonseptualisasikan teknik tersebut sebagai varian dari Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians, yang memiliki kemampuan untuk melakukan pengujian terhadap model struktural sekaligus model pengukuran secara bersamaan dan simultan (Abdillah & Jogiyanto,

2015). Pengujian hipotesis serta validasi hubungan kausalitas dijalankan lewat pemanfaatan model struktural melalui kerangka model prediksi, yang melengkapi peran model pengukuran untuk menguji reliabilitas dan validitas. Orientasi dari Structural Equation Modeling (SEM) berbasis varians ini berfokus pada prediksi model yang diarahkan bagi kepentingan pengembangan teori. Karakteristik ketangguhan metode PLS ini turut ditegaskan oleh Supriyanto dan Maharani (2013), yang mengonseptualisasikannya sebagai teknik analisis yang sangat kuat karena fleksibel untuk diaplikasikan pada beragam karakteristik data, tidak menuntut pemenuhan banyak asumsi formal, serta tidak mengharuskan pemakaian ukuran sampel dalam skala besar (Supriyanto et al., 2019).

Karakteristik tangguh dari teknik Partial Least Square (PLS) tercermin melalui kemampuannya yang stabil dalam mengolah data yang mengalami fenomena missing values atau berdistribusi tidak normal. Atribusi teoretis dari Abdillah dan Jogiyanto (2015) merinci keunggulan metodologis tersebut, salah satunya berupa fleksibilitas instrumen ini saat dioperasikan pada ukuran sampel berskala kecil serta kemampuannya mengantisipasi kendala multikolinearitas yang muncul di antara parameter independen. Kompatibilitas yang luas menjadi kelebihan lain, di mana teknik ini dapat diaplikasikan pada ragam skala data yang berbeda mulai dari kontinu, ordinal, hingga nominal, serta adaptif terhadap tipe konstruk formatif maupun reflektif. Di samping

itu, kalkulasi cross-product yang mengintegrasikan variabel laten dependen sebagai instrumen kekuatan prediksi diaplikasikan untuk memproduksi variabel laten independen secara langsung, dalam kerangka pemodelan yang mampu menampung kuantitas multi-variabel baik untuk rumpun dependen maupun independen.

Keterbatasan dalam pengujian model estimasi statistik menjadi salah satu batas operasional dari teknik Partial Least Square (PLS). Berdasarkan landasan teoretis dari Abdillah dan Jogiyanto (2015), kelemahan metodologis instrumen ini juga tampak pada tingkat kesulitan yang tinggi untuk menginterpretasikan nilai muatan (loading) variabel laten independen kala bersandarkan pada relasi cross-product yang absen, sebuah kondisi yang berbeda dengan analisis faktor konvensional yang bertumpu pada korelasi antar-variabel independen. Selain itu, tidak diketahuinya estimasi distribusi parameter dalam metode ini berdampak pada sulitnya memproklamasikan nilai signifikansi secara langsung, sehingga menuntut dijalankannya prosedur bootstrap sebagai solusi komputasi mutlak.

3.9.2.1 Outer Model

Evaluasi terhadap tingkat reliabilitas serta validitas model dijalankan melalui optimalisasi fungsi outer model, yang mendefinisikan karakteristik operasional suatu konstruk berdasarkan representasi variabel manifestnya. Kerangka yang juga diistilahkan sebagai measurement model atau outer relation ini

mengonseptualisasikan spesifikasi hubungan linier di antara indikator-indikator empiris dengan variabel latennya. Atribusi metodologis dari Abdillah dan Jogiyanto (2009) menjelaskan bahwa komputasi terhadap serangkaian parameter model pengukuran termasuk di dalamnya nilai R^2 (R-squared) selaku instrumen pengukur ketepatan model prediksi diperoleh melalui kalkulasi sistematis pada proses iterasi algoritma. Rangkaian parameter yang dihitung tersebut mencakup indikator akurasi berupa Cronbach's alpha, composite reliability, serta pengujian validitas yang memuat aspek diskriminan dan konvergen. Di dalam rancangan riset ini, lima parameter laten yang diaplikasikan meliputi perilaku konsumtif, gaya hidup, fintech, literasi keuangan, ditambah self-control yang diposisikan pada fungsi sebagai variabel mediasi. Pembedahan serta estimasi ukuran bagi tiap-tiap komponen outer model dengan karakteristik indikator reflektif tersebut dijabarkan melalui tata cara komputasi berikut:

1. *Construct Validity* (Validitas Konstruk)

Kesesuaian antara luaran instrumen ukur dengan landasan teoretis yang mengonseptualisasikan suatu konstruk merupakan esensi dari pengujian validitas konstruk. Atribusi metodologis dari Abdillah dan Jogiyanto (2015) membagi rumpun validasi ini ke dalam dua kategori, yakni validitas diskriminan dan validitas konvergen. Operasionalisasi pembuktian akurasi konstruk tersebut

secara empiris ditunjukkan lewat visualisasi koefisien korelasi yang bernilai tinggi antara variabel laten dengan butir-butir pertanyaan penyusunnya, yang secara bersamaan wajib memperlihatkan pola hubungan yang rendah kala dikomparasikan terhadap variabel di luar konstruknya.

a. *Convergen Validity* (Validitas Konvergen)

Korelatif berkekuatan tinggi di antara instrumen-instrumen pengukur suatu konstruk yang identik merupakan prinsip dasar yang melandasi konsep validitas konvergen. Manifestasi dari keterpaduan konvergen ini terpenuhi manakala akumulasi skor dari sepasang alat ukur yang berlainan menunjukkan koefisien korelasi yang bernilai tinggi saat menguantifikasi dimensi teoretis yang sama. Di dalam model estimasi Partial Least Square (PLS) yang berkarakteristik indikator reflektif, pembuktian empiris terhadap parameter ini dievaluasi dengan bersandarkan pada perolehan nilai loading factor. Sebagai acuan keputusan metrik (rule of thumb), pemenuhan kriteria validitas konvergen dinyatakan valid apabila sanggup melampaui ambang batas nilai outer loading >0.7 , koefisien communality >0.5 , serta parameter average variance extracted (AVE) >0.5 (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

b. *Discriminant Validity* (Validitas Diskriminan)

Aspek diferensiasi antara dua alat ukur yang dirancang untuk membedah dimensi teoretis yang berlainan menjadi prinsip dasar

dari validitas diskriminan, di mana hasil pengukurannya idealnya tidak memperlihatkan koefisien korelasi yang tinggi. Kondisi ini terpenuhi secara empiris manakala sepasang instrumen yang mengestimasi dua konstruk berbeda dan secara teoretis diprediksi tidak berhubungan menghasilkan akumulasi skor yang terbukti tidak berkorelasi secara signifikan. Di dalam model estimasi, pengujian terhadap parameter ini dievaluasi berdasarkan nilai cross loading dari setiap indikator terhadap konstruk utamanya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Pendekatan alternatif yang kerap diaplikasikan untuk menguji validitas diskriminan ini adalah metode Fornell-Larcker, yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted pada tiap-tiap konstruk terhadap nilai korelasi antar-konstruk lainnya di dalam model struktural. Model penelitian dinyatakan memiliki tingkat validitas diskriminan yang baik dan memenuhi syarat apabila nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel laten terbukti lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi yang dimiliki konstruk tersebut dengan variabel laten lainnya (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

2. Uji *Reliability*

Metode Composite Reliability dan Cronbach's Alpha merupakan dua jalur yang digunakan dalam Partial Least Square (PLS) untuk mengevaluasi konsistensi internal instrumen penelitian, di luar penilaian validitasnya. Pengukuran nilai

sesungguhnya dari reliabilitas sebuah konstruk diwakili oleh Composite Reliability, sedangkan batas bawah dari nilai instrumen tersebut diposisikan oleh Cronbach's Alpha. Angka 0,7 menjadi acuan batas dalam rule of thumb untuk kedua indikator ketepatan, akurasi, serta konsistensi pengukuran ini, walaupun ambang sebesar 0,6 pada dasarnya masih ditoleransi untuk diterima (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

3.9.2.2 Inner Model

Evaluasi model struktural (inner model) melibatkan nilai koefisien jalur (path coefficient) atau t-values demi mendeteksi tingkat signifikansi saat pengujian hipotesis dilakukan, di samping pemanfaatan R² pada konstruk dependen. Kapabilitas variabel independen dalam memaparkan fluktuasi variabel dependen dihitung lewat estimasi R² tersebut; kualitas prediksi bentukan model berbanding lurus dengan peningkatan rasionya. Sesuai acuan Abdillah dan Jogiyanto (2015), sisa persentase variasi di luar cakupan model dipengaruhi oleh elemen eksternal lain ketika angka R² menyentuh 0,7, yang bermakna 70 persen perubahan variabel dependen sukses dijelaskan. Adapun dalam menguji signifikansi hubungan antar-konstruk, tolok ukur T-statistic bermuatan koefisien jalur disyaratkan melampaui 1,64 bagi pengujian satu arah (one-tailed) serta berada di atas 1,96 untuk

skenario dua arah (two-tailed), dengan ketetapan power 80 persen dan tingkat signifikansi alpha 5 persen.

3.9.2.3 Uji Mediasi

Signifikansi efek tidak langsung dievaluasi lewat perbandingan nilai t dari koefisien ab terhadap t tabel guna mengonfirmasi eksistensi kontribusi mediasi, yang menjadi tujuan utama penentuan fungsi variabel intervensi ini di dalam model. Kesimpulan mengenai adanya pengaruh mediasi sah diambil apabila t hitung memproyeksikan angka yang melampaui t tabel. Sifat keterkaitan antarvariabel kemudian diidentifikasi untuk mengategorikan dampak apakah berada pada level mediasi parsial, mediasi sempurna, atau justru absen sebagai elemen mediasi sama sekali. Rangkaian tahapan operasional untuk mengeksekusi pengujian terhadap variabel penghubung tersebut dijabarkan melalui proses berikut:

1. Pengintegrasian variabel mediasi ke dalam model diterapkan sebagai sarana pembuktian hubungan langsung yang mengaitkan variabel eksogen dengan variabel endogen.
2. Eksogen langsung memengaruhi endogen dibuktikan lewat pengisolasian jalur kausalitas tanpa melibatkan mediator.
3. Kausalitas eksogen terhadap mediator dibuktikan dengan mengukur koefisien jalur antara kedua konstruk tersebut.

4. Keterikatan kausalitas mediator terhadap endogen diuji lewat estimasi koefisien jalur dengan mengabaikan intervensi eksogen.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pengisolasian kontrol diri (Z) dilakukan untuk menakar perantaraannya pada Y (perilaku konsumtif) yang dipicu dinamika gaya hidup (X3), X2 (fintech), dan literasi keuangan (X1). Mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi subjek pengamatan atas tendensi konsumsi tersebut. Hal ini dilatarbelakangi kedekatan mereka terhadap ekosistem finansial digital serta imbas tekanan lingkungan maupun media sosial dalam kapasitasnya selaku pelaku digital native.

Analisis variabel mencakup literasi keuangan (X1), fintech (X2), serta gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) melalui mediasi kontrol diri (Z). Lingkungan akademis UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi lokus geografis pengamatan ini, dengan memfokuskan subjek pada mahasiswa aktif jenjang sarjana (S1) lintas fakultas. Karakteristik wilayah Kota Malang, Jawa Timur, selaku pusat pendidikan beraspek penetrasi digital masif dan dinamika sosio-ekonomi tinggi pada generasi Z, melatari ekosistem kampus tersebut.

Integrasi materi kurikulum literasi digital serta manajemen finansial pribadi merupakan bentuk rekomendasi kebijakan guna menekan konsumsi berlebih akibat kemudahan akses fintech. Penguatan kontrol diri pada keputusan belanja mahasiswa juga disasar lewat panduan praktis berupa

layanan konsultasi keuangan maupun workshop gaya hidup sehat secara finansial. Temuan ini diarahkan untuk mendasari regulasi penggunaan aplikasi tekfin kampus sekaligus memformulasikan program edukasi keuangan di lingkungan akademis.

Evaluasi impak langsung X1, X2, dan X3 terhadap Y dipadukan dengan pengujian efek mediasi Z melalui penerapan metode regresi berganda beruji Sobel (analisis jalur) atau Structural Equation Modeling (SEM). Pengumpulan data kuantitatif menggunakan instrumen kuesioner skala Likert teruji reliabilitas serta validitasnya demi memberikan kontribusi ilmiah bagi bidang manajemen keuangan perilaku. Privasi partisipan dalam dinamika mahasiswa pengguna tekfin aktif di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini diproteksi lewat jaminan informed consent, anonimisasi data, serta kerahasiaan identitas responden.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Klasifikasi berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk memetakan karakteristik dari 424 responden mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang mengisinya. Profil demografis tersebut diidentifikasi guna mendeteksi keterkaitan aspek latar belakang subjek terhadap variabel financial technology (fintech), gaya hidup, literasi keuangan, perilaku konsumtif, sekaligus self-control selaku variabel mediasi. Gambaran umum ini berfungsi memperluas kedalaman pemahaman kontekstual atas seluruh data yang dihimpun.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 menyajikan pengelompokan profil subjek yang menjawab ke dalam dua kategori demografis, yakni perempuan dan laki-laki.

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	187	44,10%
Perempuan	237	55,90%
TOTAL	424	100%

Diolah Peneliti (2026)

Sebanyak 237 orang merupakan partisipan perempuan dengan persentase 55,90%, sementara porsi laki-laki menduduki angka 44,10% atau setara 187 individu. Akumulasi dari komparasi kuantitas gender yang mengisi survei ini membentuk total keseluruhan 424 responden. Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, meskipun selisih jumlah dengan responden laki-laki tidak terlalu signifikan. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa penelitian memperoleh keterwakilan responden dari kedua kelompok gender secara cukup proporsional. Keberagaman tersebut memberikan dasar yang kuat bagi penelitian untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, *financial technology (fintech)*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, serta peran *self-control* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pandangan yang lebih

komprehensif mengenai perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.2 memuat pengelompokan umur partisipan yang dipisahkan ke dalam sepasang rentang, meliputi fase usia 21–28 tahun serta kelompok 13–20 tahun

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
Kurang dari 18 Tahun	15	3,54%
18 -20 Tahun	197	46,46%
Lebih dari 20 Tahun	212	50,00%
TOTAL	424	100%

Diolah Peneliti (2026)

Dominasi porsi sampel teridentifikasi pada individu berumur di atas 20 tahun yang mencakup setengah total populasi lewat kuantitas 212 responden. Selebihnya, akumulasi keseluruhan 424 partisipan diisi oleh rentang usia 18–20 tahun dengan porsi 46,46% atau setara 197 subjek, diikuti kelompok berumur di bawah 18 tahun yang hanya bermuatan 15 jiwa senilai 3,54%. Kedewasaan awal selaku karakteristik mayoritas objek amatan ini melatari kapasitas kematangan pemahaman maupun intensitas pengalaman mereka perihal adopsi financial technology (fintech) sekaligus manajemen finansial pribadi.

Kecenderungan perilaku konsumtif, pola gaya hidup, intensitas penggunaan fintech, serta tingkat literasi keuangan

dipengaruhi oleh analisis struktural komposisi umur mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Kerentanan terhadap penetrasi transaksi digital dan imbas gaya hidup modern membayangi subjek pada fase dewasa awal ini, kendati kemandirian pengambilan keputusan finansial mereka cenderung lebih tinggi. Atas dasar karakteristik tersebut, relevansi landasan pengujian efek gaya hidup, fintech, dan literasi keuangan terhadap tindakan konsumsi dibangun menggunakan self-control selaku perantara mediasi.

c. Karakteristik responden berdasarkan fakultas

Tabel 4.3 memuat pengelompokan profil subjek yang terbagi ke dalam tujuh area keilmuan, meliputi Kedokteran dan Ilmu Kesehatan, Sains dan Teknologi, Ekonomi, Psikologi, Humaniora, Syariah, serta Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Jumlah Responden	Presentase
Ilmu Tarbiyah dan Keguruan	47	11,08%
Syariah	38	8,96%
Humaniora	39	9,20%
Psikologi	47	11,08%
Ekonomi	133	31,37%
Sains dan Teknologi	88	20,75%
Kedokteran dan Ilmu Kesehatan	32	7,55%
TOTAL	424	100%

Diolah Peneliti (2026)

Porsi terkecil diisi oleh Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan dengan kontribusi 32 responden senilai 7,55% dari total

keseluruhan 424 sampel. Secara berturut-turut, Fakultas Syariah mengamankan porsi 8,96% lewat 38 individu, diikuti Fakultas Humaniora yang menghimpun 39 subjek setara 9,20%. Nilai kembar diduduki oleh Fakultas Psikologi bersama Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan yang masing-masing mencatatkan kuantitas 47 orang berpersentase 11,08%. Dominasi terbesar pada survei ini dikuasai oleh Fakultas Ekonomi melalui raihan 133 partisipan atau 31,37%, yang kemudian disusul oleh Fakultas Sains dan Teknologi dengan cakupan 88 responden atau 20,75%.

Pengujian efek finansial yang mencakup adopsi financial technology (fintech), aspek gaya hidup, serta literasi keuangan terhadap tindakan konsumsi bermediasi self-control memperoleh pengayaan perspektif lewat keterlibatan lintas disiplin ilmu tersebut. Isu seputar perilaku konsumtif dan pemanfaatan instrumen keuangan digital mendapatkan atensi lebih tinggi dari mahasiswa Fakultas Ekonomi yang mendominasi sampel, didorong oleh relevansi materi dengan bidang studi orisinal mereka. Keragaman latar belakang keilmuan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini memperkuat representasi sekaligus memberikan basis komprehensif dalam memetakan karakteristik populasi secara menyeluruh.

d. Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan

Tabel 4.4 menyajikan pembagian karakteristik responden yang dikelompokkan ke dalam empat angkatan, yang mencakup tahun 2022 hingga 2025

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Angkatan	Jumlah Responden	Presentase
2022	138	32,55%
2023	91	21,46%
2024	118	27,83%
2025	77	18,16%
TOTAL	424	100%

Diolah Peneliti (2026)

Angkatan 2025 mencatat jumlah responden paling sedikit, 77 orang (18,16%), sedangkan konsentrasi terbesar berada pada angkatan 2022 dengan 138 responden atau 32,55% dari total 424. Angkatan 2024 menyumbang 118 responden (27,83%), sementara angkatan 2023 terdiri dari 91 responden, setara 21,46%.

Pengalaman perkuliahan yang lebih panjang menonjol pada mahasiswa angkatan 2022, mencakup manajemen keuangan pribadi, pemanfaatan layanan fintech, dan pembentukan gaya hidup relatif stabil; perilaku konsumtif serta pengendalian diri dalam keputusan keuangan juga dipengaruhi oleh tuntutan akademik dan sosial yang telah mereka hadapi.

Variasi perspektif muncul dari keterlibatan mahasiswa angkatan 2023, 2024, dan 2025, karena pengalaman akademik yang

berbeda memengaruhi tahap penyesuaian terhadap lingkungan kampus serta pengelolaan keuangan mandiri; akibatnya, pola konsumsi dan tingkat literasi keuangan mereka berbeda dibanding angkatan senior. Keberagaman tahun angkatan ini menjadi dasar relevan untuk menganalisis hubungan literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, dengan self-control sebagai variabel mediasi pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

e. Karakteristik responden berdasarkan jenis *fintech*

Responden menggunakan tiga kategori fintech: E-wallet seperti OVO, DANA, GoPay, dan ShopeePay; Mobile banking; serta PayLater, termasuk Kredivo dan Akulaku, yang dirangkum dalam Tabel 4.5.

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Fintech

Jenis Fintech	Jumlah Responden	Presentase
E-wallet (OVO, DANA, GoPay, ShopeePay)	236	55,66%
Mobile banking	151	35,61%
PayLater (Kredivo, Akulaku)	37	8,73%
TOTAL	424	100%

Diolah Peneliti (2026)

Mayoritas responden, 236 orang (55,66% dari 424), memanfaatkan layanan e-wallet seperti OVO, DANA, GoPay, dan ShopeePay; mobile banking digunakan oleh 151 responden (35,61%), sementara PayLater, termasuk Kredivo dan Akulaku, mencatat jumlah terendah, 37 orang (8,73%).

Di kalangan mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, layanan e-wallet mendominasi penggunaan fintech; kemudahan akses, transaksi praktis, dan promo/cashback menarik membuat mahasiswa lebih intens menggunakan e-wallet untuk kebutuhan sehari-hari dan gaya hidup modern.

Mahasiswa menunjukkan tingkat penggunaan mobile banking yang cukup tinggi, mencerminkan kesadaran mengelola transaksi melalui layanan perbankan digital terintegrasi; di sisi lain, PayLater dipakai paling sedikit, menandakan sebagian besar responden masih berhati-hati memanfaatkan fasilitas pembiayaan berbasis utang meski menyediakan akses kredit instan.

Keberagaman jenis fintech yang dipakai responden menyediakan dasar analisis pengaruh pemanfaatan financial technology terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, baik langsung maupun melalui self-control sebagai variabel mediasi; kemudahan akses transaksi digital turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

4.1.3 Deskripsi Variabel

Instrumen kuesioner dalam penelitian ini memakai skala Likert untuk mengevaluasi respons peserta, menilai tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap setiap pernyataan; data statistik menunjukkan nilai minimum dan maksimum tiap variabel, tergambar melalui kisaran jawaban responden yang dirangkum dalam Tabel 4.6.

Tabel 4. 6
Internal Variabel Penelitain

No.	Range Interval	Presentase
1	1.00 – 1.80	Sangat Rendah
2	1.81 – 2.60	Rendah
3	2.61 – 3.40	Netral
4	3.41 – 4.20	Tinggi
5	4.21 – 5.00	Sangat Tinggi

Diolah Peneliti (2026)

Tabel 4. 7
Distribusi Jawaban Responden Variabel Literasi keuangan (X1)

Item	Frekuensi					Jumlah	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
X1.1.1	85	85	84	85	85	424	3.000	Netral
X1.1.2	87	81	89	81	86	424	2.995	Netral
X1.2.1	88	83	85	82	86	424	2.988	Netral
X1.2.2	91	78	87	83	85	424	2.983	Netral
X1.3.1	88	85	78	85	88	424	3.000	Netral
X1.3.2	84	84	85	86	85	424	3.009	Netral
X1.4.1	86	85	85	83	85	424	2.991	Netral
X1.4.2	86	86	83	80	89	424	3.000	Netral

Diolah Peneliti (2026)

Delapan indikator Literasi Keuangan (X1) menunjukkan rata-rata nilai antara 2,983 dan 3,009, semua masuk kategori Netral. Responden tampak memberikan penilaian seimbang pada setiap pernyataan, tanpa kecenderungan persetujuan atau penolakan yang dominan, dan sebaran jawaban relatif merata. Dengan demikian, tingkat literasi keuangan mereka berada di level sedang; variabel X1 dinilai cukup baik, meski pemahaman yang sangat kuat belum terlihat.

Tabel 4. 8**Distribusi Jawaban Responden Variabel Fintech (X2)**

Item	Frekuensi					Jumlah	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
X2.1.1	85	91	81	78	89	424	2.988	Netral
X2.1.2	84	90	81	83	86	424	2.993	Netral
X2.2.1	86	83	85	85	85	424	3.000	Netral
X2.2.2	86	82	85	84	87	424	3.009	Netral

Diolah Peneliti (2026)

Empat indikator Financial Technology (X2) menunjukkan rata-rata nilai antara 2,988 dan 3,009, semuanya termasuk kategori Netral. Responden cenderung memberikan penilaian moderat terhadap penggunaan fintech dalam keseharian, dengan jawaban tersebar relatif seimbang pada tiap kategori, tanpa kecenderungan dominan setuju atau tidak setuju. Pemanfaatan fintech berada pada tingkat cukup, meski belum sepenuhnya optimal, sehingga variabel X2 dinilai sedang dengan penerimaan yang cukup baik dari responden.

Tabel 4. 9**Distribusi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X3)**

Item	Frekuensi					Jumlah	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
X3.1.1	94	77	86	84	83	424	2.965	Netral
X3.1.2	84	85	83	85	87	424	3.014	Netral
X3.2.1	87	79	89	83	86	424	3.005	Netral
X3.2.2	85	82	89	82	86	424	3.005	Netral
X3.3.1	85	89	81	80	89	424	2.998	Netral
X3.3.2	86	88	79	83	88	424	2.998	Netral

Diolah Peneliti (2026)

Enam indikator Gaya Hidup (X3) menunjukkan rata-rata nilai antara 2,965 dan 3,014, semua masuk kategori Netral. Responden tampak memberikan penilaian seimbang terhadap pola gaya hidup yang diukur, dengan distribusi jawaban yang tidak menunjukkan dominasi setuju atau tidak setuju, mencerminkan variasi persepsi individu. Variabel X3 dinilai berada di tingkat sedang, menandakan gaya hidup responden belum condong kuat ke arah tertentu.

Tabel 4. 10

Distribusi Jawaban Responden Variabel Self-Control (Z)

Item	Frekuensi					Jumlah	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
Z1.1.1	86	89	75	90	84	424	2.993	Netral
Z1.1.2	85	86	83	86	84	424	2.995	Netral
Z1.2.1	87	82	82	87	86	424	3.007	Netral
Z1.2.2	87	87	82	83	85	424	2.981	Netral
Z1.3.1	88	86	82	82	86	424	2.981	Netral
Z1.3.2	86	84	83	83	88	424	3.007	Netral

Diolah Peneliti (2026)

Enam indikator Self Control (Z) menunjukkan rata-rata nilai antara 2,981 dan 3,007, semua termasuk kategori Netral. Responden tampak memiliki pengendalian diri yang seimbang dalam menghadapi situasi terkait perilaku konsumsi, dengan jawaban tersebar merata pada tiap kategori, menandakan kemampuan self-control belum condong kuat ke arah tertentu. Variabel Z dinilai berada di tingkat sedang, dengan pengendalian diri cukup baik namun masih bisa ditingkatkan.

Tabel 4. 11

Distribusi Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item	Frekuensi					Jumlah	Mean	Kategori
	STS	TS	N	S	SS			
Y1.1.1	88	80	88	80	88	424	3.000	Netral
Y1.1.2	90	84	76	83	91	424	3.002	Netral
Y1.2.1	84	88	82	83	87	424	3.002	Netral
Y1.2.2	89	82	83	85	85	424	2.988	Netral
Y1.3.1	89	80	84	83	88	424	3.002	Netral
Y1.3.2	88	87	81	82	86	424	2.979	Netral
Y1.4.1	84	86	87	83	84	424	2.993	Netral
Y1.4.2	88	81	88	79	88	424	2.995	Netral
Y1.5.1	85	86	86	81	86	424	2.993	Netral
Y1.5.2	83	88	85	81	87	242	3.002	Netral

Diolah Peneliti (2026)

Sepuluh indikator Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan rata-rata nilai antara 2,979 dan 3,002, semua masuk kategori Netral. Responden tampak memiliki perilaku konsumtif pada tingkat sedang, tanpa kecenderungan terlalu tinggi atau rendah, dengan sebaran jawaban yang relatif merata di seluruh kategori, mencerminkan variasi pola konsumsi. Variabel Y dinilai moderat, menunjukkan responden tidak dominan dalam perilaku konsumsi berlebihan.

4.1.3 Analisis Data Uji Kualitas Data (Outer Model)

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen diukur melalui korelasi antara indikator dan skor konstraknya (loading factor) untuk memastikan setiap item benar-benar mengukur variabel laten yang sama. Loading factor idealnya di atas 0,7, tetapi nilai 0,5–0,6 masih dianggap memadai.

Indikator dengan loading factor di bawah 0,5 harus dinyatakan tidak valid dan dikeluarkan dari model, sehingga analisis data perlu diulang.

Tabel 4. 12
Nilai Loading Factor

Variabel	Item	Literasi Keuangan	<i>Fintech</i>	Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif	<i>Self Control</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1.1	0,869					Valid
	X1.1.2	0,875					Valid
	X1.2.1	0,856					Valid
	X1.2.2	0,849					Valid
	X1.3.1	0,851					Valid
	X1.3.2	0,849					Valid
	X1.4.1	0,851					Valid
	X1.4.2	0,858					Valid
<i>Fintech</i>	X2.1.1		0,866				Valid
	X2.1.2		0,863				Valid
	X2.2.1		0,862				Valid
	X2.2.2		0,839				Valid
Gaya Hidup	X3.1.1			0,869			Valid
	X3.1.2			0,854			Valid
	X3.2.1			0,870			Valid
	X3.2.2			0,885			Valid
	X3.3.1			0,869			Valid
	X3.3.2			0,882			Valid
Perilaku Konsumtif	Y1.1.1				0,837		Valid
	Y1.1.2				0,846		Valid
	Y1.2.1				0,854		Valid
	Y1.2.2				0,799		Valid
	Y1.3.1				0,835		Valid
	Y1.3.2				0,836		Valid
	Y1.4.1				0,834		Valid
	Y1.4.2				0,851		Valid
	Y1.5.1				0,814		Valid
	Y1.5.2				0,834		Valid

<i>Self-Control</i>	Z1.1.1					0,839	Valid
	Z1.1.2					0,845	Valid
	Z1.2.1					0,802	Valid
	Z1.2.2					0,832	Valid
	Z1.3.1					0,799	Valid
	Z1.3.2					0,819	Valid

Diolah Peneliti (2026)

Pengujian outer loading pada model PLS-SEM menunjukkan bahwa semua indikator untuk Literasi Keuangan (LK), Fintech (F), Gaya Hidup (GH), Perilaku Konsumtif (PK), dan Self Control (SC) memiliki loading factor di atas batas minimum 0,70, dengan nilai masing-masing antara 0,799 dan 0,885. Hal ini menandakan setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk latennya secara kuat dan signifikan, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel. Secara keseluruhan, konstruk pada penelitian “pengaruh literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan self control sebagai variabel mediasi” memenuhi kriteria validitas konvergen, dan model pengukuran layak untuk dilanjutkan ke analisis berikutnya.

b. Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan untuk memastikan setiap variabel laten dalam model benar-benar unik dan berbeda dari variabel laten lain. Kriteria Fornell-Larcker digunakan, di mana akar kuadrat dari Average Variance Extracted ($\sqrt{AVE}$) tiap variabel harus lebih besar daripada koefisien korelasi dengan semua variabel laten lainnya.

Tabel 4. 13
Validitas Deskriminan

Variabel	<i>Fintech</i>	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	<i>Self-Control</i>
<i>Fintech</i>	0,858				
Gaya Hidup	0,212	0,872			
Literasi Keuangan	0,197	0,157	0,857		
Perilaku Konsumtif	0,360	0,485	-0,275	0,834	
<i>Self-Control</i>	-0,196	-0,222	0,499	-0,587	0,823

Diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, nilai akar Average Variance Extracted (AVE) yang terletak pada diagonal untuk masing-masing konstruk, yaitu Fintech (0,858), Gaya Hidup (0,872), Literasi Keuangan (0,857), Perilaku Konsumtif (0,834), dan Self Control (0,823), seluruhnya lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antarvariabel lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabelnya sendiri dibandingkan dengan konstruk lain, sehingga kriteria validitas diskriminan dinyatakan telah terpenuhi. Dengan demikian, masing-masing variabel laten mampu merepresentasikan konstruknya secara jelas tanpa terjadi tumpang tindih antarvariabel dalam model penelitian.

Dari sisi hubungan antarvariabel, Fintech memiliki korelasi positif dengan Gaya Hidup (0,212) dan Perilaku Konsumtif (0,360), namun berkorelasi negatif dengan Self Control (-0,196). Gaya Hidup menunjukkan korelasi positif dengan Perilaku Konsumtif (0,485),

tetapi berkorelasi negatif dengan Self Control (-0,222). Sementara itu, Literasi Keuangan memiliki hubungan positif dengan Self Control (0,499), namun berkorelasi negatif dengan Perilaku Konsumtif (-0,275). Selain itu, Self Control juga menunjukkan korelasi negatif yang cukup kuat terhadap Perilaku Konsumtif (-0,587). Pola hubungan ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan dan self control, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Sebaliknya, peningkatan penggunaan fintech dan gaya hidup cenderung berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif. Secara umum, struktur korelasi tersebut tidak hanya menunjukkan adanya pemisahan konstruk yang baik, tetapi juga memberikan dukungan empiris terhadap model penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan self control sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, model penelitian dinilai layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis jalur (path analysis) guna menguji hubungan kausal antarvariabel.

c. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas konstruk menilai konsistensi internal indikator yang mengukur variabel laten. Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha (α) adalah dua kriteria utama, di mana konstruk dianggap reliabel jika kedua nilainya di atas 0,70. Hasil CR dan Cronbach's Alpha disajikan pada Tabel 4.14.

Tabel 4. 14

Nilai Reliabilitas Komposit dan Cronbach's Alpha

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Rho_A	Reabilitas Komposit	AVE
<i>Fintech</i>	0,880	0,884	0,917	0,735
Gaya Hidup	0,937	0,938	0,950	0,760
Literasi Keuangan	0,948	0,949	0,957	0,735
Perilaku Konsumtif	0,951	0,952	0,958	0,696
<i>Self-Control</i>	0,905	0,905	0,926	0,677

Diolah Peneliti (2026)

Pengujian reliabilitas konstruk menunjukkan bahwa semua variabel memiliki Composite Reliability dan Cronbach's Alpha di atas 0,70, menandakan konsistensi internal yang sangat baik. Nilai rho_A pada seluruh konstruk juga melebihi 0,70, menunjukkan indikator mampu mengukur konstruk secara stabil dan dapat dipercaya. Untuk rincian, Fintech memiliki CR 0,917 dan Cronbach's Alpha 0,880; Gaya Hidup CR 0,950 dan Alpha 0,937; Literasi Keuangan CR 0,957 dan Alpha 0,948; Perilaku Konsumtif CR 0,958 dan Alpha 0,951; Self Control CR 0,926 dan Alpha 0,905.

Semua variabel memiliki Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, berkisar antara 0,677 hingga 0,760, menunjukkan konstruk memenuhi validitas konvergen. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan valid, dan model pengukuran layak dilanjutkan ke analisis berikutnya, termasuk pengujian model struktural pada penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan self-control sebagai variabel mediasi.

4.1.4 Analisis Data Uji Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

a. R- Square (R^2)

Penilaian model struktural (inner model) dilakukan dengan menguji koefisien determinasi (R^2) untuk melihat seberapa besar varians variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas. Menurut Hair et al. (2017), $R^2 \geq 0,75$ dikategorikan kuat, $\geq 0,50$ sedang, dan $\geq 0,25$ lemah.

Tabel 4. 15
Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Perilaku Konsumtif	0,540	0,535
<i>Self-Control</i>	0,403	0,398

Diolah Peneliti (2026)

a) Variabel Perilaku Konsumtif

Variabel Perilaku Konsumtif memiliki R Square 0,540 dan Adjusted R Square 0,535, menunjukkan bahwa 54% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh Literasi Keuangan, Fintech, dan Gaya Hidup dalam model ini, sementara 46% dipengaruhi faktor lain di luar model. Nilai tersebut menandakan kemampuan model cukup kuat dalam menjelaskan perubahan perilaku konsumtif, sehingga model penelitian representatif menggambarkan hubungan antar variabel.

b) Variabel *Self Control*

Variabel Self Control memiliki R Square 0,403 dan Adjusted R Square 0,398, artinya sekitar 40,3% variasi self-control dijelaskan oleh Literasi Keuangan, Fintech, dan Gaya Hidup dalam

penelitian ini, sementara 59,7% dipengaruhi variabel lain di luar model. Nilai ini menunjukkan kemampuan penjelasan model berada pada kategori sedang, sehingga model tetap relevan dan cukup baik untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap self-control sebagai variabel mediasi.

b. F- Square (f^2)

Penilaian model struktural (inner model) tidak hanya melihat signifikansi statistik (nilai p), tetapi juga kontribusi prediktif melalui Effect Size (f^2). F^2 menunjukkan seberapa besar pengaruh tambahan variabel independen terhadap R^2 variabel dependen. Menurut Cohen (1988), kontribusi prediktif dikategorikan kuat ($\geq 0,35$), sedang ($\geq 0,15$), dan lemah ($\geq 0,02$).

Tabel 4. 16

Nilai F-Square

Variabel	<i>Fintech</i>	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	<i>Self Control</i>
<i>Fintech</i>				0,116	0,103
Gaya Hidup				0,278	0,106
Literasi Keuangan				0,060	0,553
Perilaku Konsumtif					
<i>Self Control</i>				0,155	

Diolah Peneliti (2026)

Nilai f^2 pada tabel menunjukkan bahwa pengaruh antar variabel dalam model penelitian bervariasi dari kecil hingga sedang. Fintech memiliki f^2 0,116 terhadap Perilaku Konsumtif dan 0,103

terhadap Self Control, keduanya masuk kategori efek kecil. Artinya, Fintech memberikan kontribusi terhadap perubahan Perilaku Konsumtif dan Self Control, meski pengaruhnya belum terlalu kuat dalam model.

Gaya Hidup memiliki f^2 0,278 terhadap Perilaku Konsumtif, termasuk kategori efek sedang, sehingga menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan dibanding variabel lain. Sementara itu, pengaruh Gaya Hidup terhadap Self Control lebih kecil, dengan f^2 0,106, masuk kategori efek kecil.

Literasi Keuangan memiliki f^2 0,060 terhadap Perilaku Konsumtif, termasuk efek kecil. Sebaliknya, terhadap Self Control, f^2 -nya 0,553, masuk kategori efek besar, menandakan Literasi Keuangan memberikan kontribusi sangat kuat dalam membentuk Self Control responden.

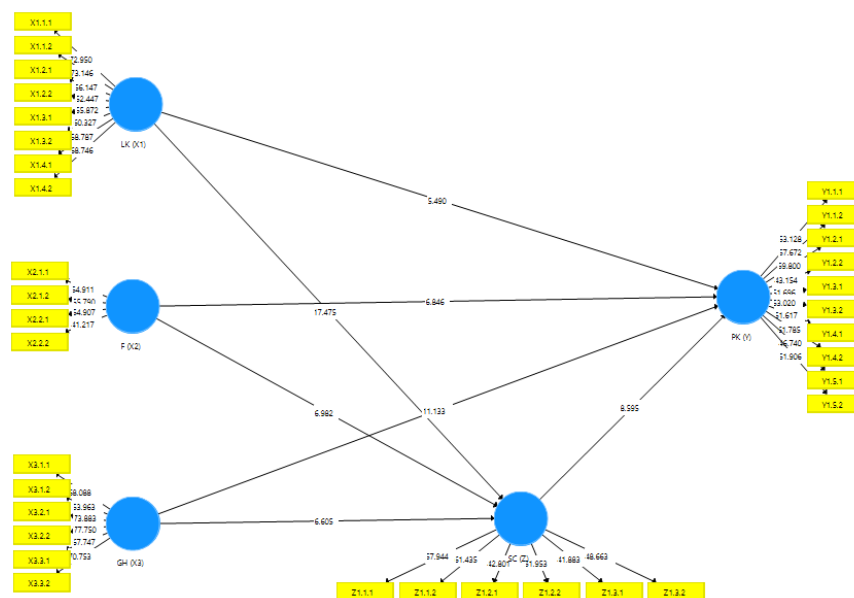
Self Control memiliki f^2 0,155 terhadap Perilaku Konsumtif, termasuk kategori efek sedang, menunjukkan bahwa Self Control cukup berperan dalam memengaruhi tingkat konsumtif responden dan mendukung perannya sebagai variabel mediasi dalam model penelitian.

Kemampuan representatif model struktural untuk memetakan fenomena yang diteliti terkonfirmasi secara menyeluruh oleh perolehan nilai-nilai f^2 . Hubungan antarvariabel mampu menjelaskan dengan performa yang cukup baik di dalam riset berjudul

“Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Self Control sebagai Variabel Mediasi” ini. Kontras dengan dominasi efek yang berkisar antara skala kecil hingga moderat pada mayoritas keterkaitan, intensitas pengaruh yang kuat berhasil diidentifikasi secara spesifik pada dampak Literasi Keuangan terhadap Self Control.

4.1.5 Uji Mediasi (Bostraping)

Gambar 4. 1
Uji Mediasi (Bostraping)



Pembuktian empiris atas keterkaitan kausal antarvariabel laten yang diformulasikan dalam hipotesis bertumpu pada urgensi pengujian hipotesis dalam mengevaluasi Inner Model (Model Struktural). Signifikansi keterkaitan tersebut diidentifikasi melalui perbandingan nilai t-statistik koefisien jalur terhadap angka kritis 1,96 pada ambang signifikansi $\alpha = 0,05$

dalam pengujian dua sisi; probabilitas kekeliruan sampling yang menghasilkan koefisien jalur secara kebetulan dinilai sangat rendah ($p < 0,05$) ketika t-statistik melampaui batas kritis. Melalui mekanisme ini, keberadaan pengaruh nyata dari variabel independen terhadap variabel dependen baik dalam kesesuaian orientasi prediksi positif maupun negatif menjadi sasaran inti yang dijawab pengujian hipotesis

a) Analisis Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Hasil pengujian hipotesis yang menyingkap hubungan langsung antar variabel dalam penelitian ini tersaji dalam Tabel 4.17, menekankan representasi empiris dari interaksi kausal yang dianalisis:

Tabel 4. 17

Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Direct Effect)

Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Value</i>
Literasi Keuangan (X1) →Perilaku Konsumtif (Y)	-0,213	-0,212	0,039	5,490	0,000
<i>Fintech</i> (X2) →Perilaku Konsumtif (Y)	0,252	0,253	0,037	6,846	0,000
Gaya Hidup (X3) →Perilaku Konsumtif (Y)	0,388	0,387	0,035	11,133	0,000

<i>Self Control</i> (Z)					
→Perilaku Konsumtif (Y)	-0,346	-0,345	0,040	8,595	0,000

Diolah Peneliti (2026)

Analisis uji hipotesis melalui metode bootstrapping pada tabel pengaruh langsung mengungkap bahwa Literasi Keuangan (X1) menorehkan koefisien jalur negatif terhadap Perilaku Konsumtif (Y) sebesar -0,213, dengan t-statistic 5,490 dan p-value 0,000. Temuan ini menegaskan pengaruh negatif yang signifikan: semakin tinggi tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif cenderung menurun, mencerminkan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara rasional serta membedakan kebutuhan dari keinginan.

Variabel Fintech (X2) menampilkan pengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif (Y) dengan koefisien 0,252, t-statistic 6,846, dan p-value 0,000, menegaskan dampak signifikan penggunaan fintech dalam mendorong perilaku konsumtif. Kemudahan transaksi digital, akses pembayaran instan, serta beragam fitur layanan keuangan berbasis teknologi memfasilitasi individu untuk melakukan konsumsi lebih cepat dan praktis, menyoroti peran fintech sebagai pendorong dinamika perilaku konsumtif.

Gaya Hidup (X3) menampilkan pengaruh positif paling dominan terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dengan koefisien 0,388, t-statistic 11,133, dan p-value 0,000, menegaskan kekuatan efeknya dibanding variabel lain. Semakin tinggi kecenderungan individu mengikuti tren,

pola hidup modern, dan gaya hidup tertentu, perilaku konsumtif yang ditunjukkan meningkat signifikan, menyoroti posisi sentral Gaya Hidup dalam membentuk pola konsumsi.

Sebaliknya, Self Control (Z) menorehkan pengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dengan koefisien -0,346, t-statistic 8,595, dan p-value 0,000, menegaskan dampak signifikan dari pengendalian diri. Semakin kuat kemampuan individu mengatur diri, kecenderungan untuk terjerumus dalam perilaku konsumtif menurun, menyoroti peran kritis Self Control dalam membatasi dinamika konsumsi.

Seluruh p-value di bawah 0,05 dan t-statistic yang melampaui batas kritis menegaskan bahwa pengaruh langsung dalam model penelitian signifikan secara statistik. Literasi Keuangan dan Self Control berfungsi sebagai penekan perilaku konsumtif, sementara Fintech dan Gaya Hidup muncul sebagai pendorong yang memperkuat kecenderungan konsumsi, menyoroti dinamika kontras antarvariabel dalam membentuk pola perilaku responden.

H1: Literasi Keuangan (X1) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif tercermin melalui koefisien jalur -0,213, t-statistic 5,490, dan p-value 0,000; p-value di bawah 0,05 menegaskan signifikansi statistik pengaruh tersebut. Koefisien negatif mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan berbanding terbalik dengan perilaku

konsumtif, menyoroti peran Literasi Keuangan sebagai faktor penekan dalam dinamika konsumsi

Secara substantif, temuan ini mengungkap bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang kuat lebih mampu mengelola pengeluaran, memprioritaskan kebutuhan, dan menahan diri dari pembelian impulsif. Dalam kerangka ini, hipotesis pertama (H1), yang menyatakan pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif, dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

H2: Fintech (X2) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Konfirmasi atas diterimanya hipotesis kedua (H2) dibuktikan oleh signifikansi statistik pada efek Fintech terhadap Perilaku Konsumtif, yang ditunjukkan oleh perolehan p -value 0,000 (di bawah ambang 0,05). Hubungan linear searah terdeteksi lewat angka koefisien jalur 0,252 dengan besaran t -statistic menyentuh 6,846, yang berarti peningkatan aktivitas konsumsi yang tidak hemat berjalan selaras dengan intensitas pemanfaatan teknologi finansial. Secara operasional, kepraktisan serta keterjangkauan penetrasi instrumen digital layaknya mobile banking, paylater, hingga e-wallet memicu dorongan personal untuk mengeksekusi transaksi belanja secara lebih repetitif sekaligus efisien

H3: Gaya Hidup (X3) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif tercermin melalui koefisien jalur 0,388, t-statistic 11,133, dan p-value 0,000, menegaskan pengaruh positif yang signifikan secara statistik. Secara praktis, individu yang cenderung mengikuti tren, perkembangan mode, dan pengaruh lingkungan sosial menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif lebih tinggi. Magnitudo koefisien menegaskan posisi Gaya Hidup sebagai variabel paling dominan dalam membentuk Perilaku Konsumtif, sehingga hipotesis ketiga (H3) dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

H4: Self Control (Z) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Self Control menorehkan pengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif, dengan koefisien jalur -0,346, t-statistic 8,595, dan p-value 0,000; p-value di bawah 0,05 menegaskan signifikansi statistik pengaruh tersebut. Koefisien negatif mencerminkan bahwa semakin kuat kemampuan individu mengendalikan diri, perilaku konsumtif menurun. Responden dengan self-control tinggi mampu menahan dorongan pembelian impulsif dan menimbang manfaat serta kebutuhan sebelum melakukan konsumsi. Dalam kerangka ini, hipotesis keempat (H4), yang menyatakan pengaruh Self Control terhadap Perilaku Konsumtif, dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

b) Analisis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Hasil pengujian hipotesis yang menyoroti hubungan langsung antarvariabel dalam penelitian ini tersaji dalam Tabel 4.18, menegaskan representasi empiris dari interaksi kausal yang dianalisis:

Tabel 4. 18
Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan (X1) -> <i>Self Control</i> (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	-0,204	-0,204	0,029	7,018	0,000
<i>Fintech</i> (X2) -> <i>Self Control</i> (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0,089	0,090	0,017	5,391	0,000
Gaya Hidup (X3) -> <i>Self Control</i> (Z) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0,090	0,089	0,017	5,162	0,000

Diolah Peneliti (2026)

H5: Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z)

Hipotesis H5 mengungkap bahwa Literasi Keuangan (X1) memengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z) sebagai variabel mediasi. Pengujian efek tidak langsung menunjukkan koefisien -0,204, t-statistic 7,018, dan p-value 0,000, menegaskan bahwa mediasi tersebut bersifat negatif dan signifikan secara statistik. Temuan ini mencerminkan bahwa peningkatan literasi keuangan memperkuat kemampuan individu dalam mengendalikan diri, yang pada gilirannya menurunkan perilaku konsumtif. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik mampu mengatur pengeluaran secara bijak, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menahan dorongan pembelian impulsif. Dengan demikian, Self Control (Z) terbukti menjadi mediator efektif yang menjelaskan mekanisme penurunan Perilaku Konsumtif oleh Literasi Keuangan, sehingga H5 dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

H6: Fintech (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z)

Hipotesis H6 mengungkap bahwa Fintech (X2) memengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z) sebagai variabel mediasi. Efek tidak langsung tercatat dengan koefisien 0,089, t-statistic 5,391, dan p-value 0,000; p-value di bawah 0,05 dan t-statistic di atas 1,96 menegaskan bahwa pengaruh ini positif dan signifikan secara

statistik. Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan fintech memengaruhi perilaku konsumtif melalui kapasitas pengendalian diri individu. Kemudahan akses transaksi digital, pembayaran instan, dan berbagai fitur layanan keuangan berbasis teknologi dapat memfasilitasi konsumsi lebih cepat apabila tidak diimbangi self-control yang memadai. Dengan demikian, Self Control (Z) berperan sebagai jalur mediasi yang menjelaskan bagaimana Fintech (X2) meningkatkan Perilaku Konsumtif (Y), sehingga hipotesis H6 dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

H7: Gaya Hidup (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z)

Hipotesis H7 mengungkap bahwa Gaya Hidup (X3) memengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) melalui Self Control (Z) sebagai variabel mediasi. Efek tidak langsung tercatat dengan koefisien 0,090, t-statistic 5,162, dan p-value 0,000, menegaskan bahwa mediasi ini positif dan signifikan secara statistik. Temuan ini menyoroti bahwa gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan pola konsumsi modern memengaruhi perilaku konsumtif melalui tingkat pengendalian diri individu. Semakin tinggi kecenderungan gaya hidup konsumtif dan semakin rendah self-control, semakin besar potensi pembelian berlebihan. Dengan demikian, Self Control (Z) terbukti menjadi variabel mediasi yang efektif, menjelaskan hubungan antara Gaya

Hidup (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y), sehingga H7 dapat dikonfirmasi sebagai diterima.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Analisis model struktural (inner model) mengungkap bahwa Literasi Keuangan memberikan pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, tercermin dari koefisien jalur -0,213, t-statistic 5,490, dan p-value 0,000 lebih rendah dari ambang 0,05. Temuan ini menegaskan hipotesis bahwa Literasi Keuangan berpengaruh langsung terhadap Perilaku Konsumtif, di mana peningkatan literasi keuangan cenderung menurunkan perilaku konsumtif, sedangkan pemahaman dan kemampuan finansial yang rendah meningkatkan kecenderungan konsumtif individu.

Temuan penelitian menyoroti peran krusial Literasi Keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung bijak mengatur pengeluaran, mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, serta berhati-hati dalam mengambil keputusan konsumsi. Dengan demikian, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme yang mencegah pembelian berlebihan yang semata didorong oleh dorongan sesaat.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menegaskan keterkaitan antara literasi keuangan dan perilaku

konsumtif. Literasi keuangan, sebagai kemampuan individu memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat, berperan dalam mengontrol perilaku konsumtif (Utomo, 2024). Studi tersebut menunjukkan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih selektif dalam membelanjakan uang dan lebih efektif dalam mengendalikan pengeluaran.

Rasionalitas tindakan pembelian pada mahasiswa dibentuk oleh kedalaman pemahaman mengenai risiko konsumsi berlebih, perencanaan anggaran, serta konsep manajemen keuangan (Putri & Priantilianingtiasari, 2023). Korelasi ini membuktikan adanya dampak Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Sejalan dengan hal tersebut, kemampuan menyusun skala prioritas kebutuhan serta perbaikan tata kelola dana yang difasilitasi oleh kecakapan finansial terbukti membantu individu dalam mengendalikan aktivitas konsumsinya (D. S. Lestari et al., 2024).

Pengendalian pola konsumsi agar tetap selaras dengan kebutuhan dan terhindar dari sifat berlebihan ditentukan oleh tingkat pemahaman finansial yang dimiliki seseorang. Eskalasi kapasitas kontrol tersebut berjalan linear dengan akumulasi pengetahuan tersebut, sebuah temuan yang memvalidasi posisi krusial literasi keuangan sebagai instrumen penekan perilaku konsumtif dalam model penelitian ini.

4.2.2 Pengaruh positif *fintech* terhadap perilaku konsumtif

Penerimaan hipotesis mengenai dampak langsung Fintech terhadap Perilaku Konsumtif didasarkan pada pembuktian matematis dalam pengujian model struktural (inner model). Angka koefisien jalur yang menyentuh 0,252 mengonfirmasi orientasi hubungan yang positif, sementara kekuatan signifikansinya divalidasi oleh besaran t-statistic 6,846 dan perolehan p-value 0,000 yang posisinya berada di bawah ambang batas 0,05. Secara substantif, fenomena ini mengindikasikan bahwa eskalasi kecenderungan personal untuk bertindak konsumtif berjalan linier dengan tingginya intensitas pemanfaatan instrumen financial technology tersebut.

Konfirmasi atas pola hubungan yang searah ini diperkuat oleh sejumlah studi terdahulu yang mendokumentasikan fenomena serupa. Aktivitas konsumsi berlebihan memiliki probabilitas yang lebih tinggi terjadi pada individu yang semakin intensif memanfaatkan teknologi finansial, sebagaimana terpotret pada pengaruh positif dan signifikan dari penggunaan financial technology terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Senobua et al., 2023).

Akselerasi tindakan belanja tanpa pertimbangan matang tersebut dipicu oleh kepraktisan serta kecepatan akses transaksi digital yang ditawarkan oleh fintech. Fleksibilitas dan efisiensi dalam prosedur pembayaran yang disediakan oleh instrumen belanja daring, mobile banking, paylater, hingga e-wallet berhasil menggeser

dominasi metode pembayaran konvensional, sehingga memicu peningkatan perilaku konsumtif akibat runtuhnya hambatan transaksional

Selaras dengan temuan tersebut, penggunaan e-money memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan transaksi digital melalui e-money memfasilitasi kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi berlebihan, menyoroti peran teknologi finansial dalam dinamika perilaku konsumtif (Dewi et al., 2021). Temuan serupa mengungkap bahwa penggunaan ShopeePay berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, didorong oleh kemudahan transaksi, promo cashback, serta proses pembayaran yang cepat dan praktis (Subehan et al., 2025). Penelitian ini menyoroti bahwa dompet digital memfasilitasi perilaku konsumtif, termasuk pembelian berdasarkan keinginan, konsumsi berlebihan, dan pengelolaan prioritas pengeluaran yang kurang disiplin.

Akselerasi peluang individu untuk melakukan tindakan konsumsi secara berlebihan berjalan lurus dengan tingginya intensitas pemanfaatan layanan keuangan digital. Efek ini dipicu oleh akumulasi unsur fleksibilitas, kecepatan, serta kemudahan transaksi yang diintegrasikan oleh teknologi keuangan digital, sehingga temuan dalam riset ini memvalidasi posisi strategis fintech sebagai stimulator utama di balik meningkatnya perilaku konsumtif.

4.2.3 Pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

Penerimaan hipotesis mengenai dampak langsung Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif didasarkan pada pembuktian matematis dalam pengujian model struktural (inner model). Koefisien jalur senilai 0,388 mengonfirmasi orientasi hubungan yang positif, sementara kekuatan signifikansinya divalidasi oleh besaran t-statistic sebesar 11,133 dan perolehan p-value 0,000 yang posisinya berada di bawah ambang batas 0,05. Secara substantif, fenomena ini mengindikasikan bahwa eskalasi kecenderungan personal untuk bertindak konsumtif berjalan linier dengan tingginya gaya hidup yang diadopsi seseorang.

Orientasi pemenuhan keinginan yang mendominasi di atas aspek kebutuhan esensial menjadi pemicu utama bagi munculnya perilaku konsumtif pada individu. Pola ini melekat pada mereka yang mengadopsi gaya hidup modern, di mana motivasi belanja digerakkan oleh ketertarikan pada tren terkini, kepatuhan terhadap perkembangan mode, serta ambisi menunjang status sosial melalui perolehan barang atau jasa. Karakteristik tersebut mengonfirmasi bahwa penentuan keputusan konsumsi harian sangat dipengaruhi oleh bagaimana aktivitas, opini, dan minat seseorang terwujud, sehingga temuan eksistensi gaya hidup memegang posisi krusial dalam mengonstruksi tindakan konsumsi yang tidak hemat.

Kepuasan temporer serta kepatuhan terhadap tren sosial menjadi orientasi individu dengan gaya hidup tinggi, sehingga mendorong mereka melakukan tindakan pembelian secara berlebihan dan impulsif. Korelasi ini mengonfirmasi bahwa eskalasi perilaku konsumtif pada mahasiswa berjalan selaras dengan peningkatan gaya hidup yang dianut. Fenomena tersebut didasarkan pada definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan belanja tidak hemat yang mendahulukan keinginan di atas kebutuhan, sementara gaya hidup bertindak sebagai pola eksistensi yang terekspresikan lewat pendapat, minat, dan aktivitas yang mengendalikan keputusan konsumsi personal (S. D. Lestari & Haris, 2024b).

Pemberlakuan gaya hidup hemat dan sederhana terbukti mampu menekan kecenderungan bertindak boros pada mahasiswa, berbanding terbalik dengan kecenderungan mereka yang menganut pola hidup materialistik dalam mengeksekusi pembelian tidak terencana, impulsif, serta berlebihan (Sugiarto & Amri, 2023). Dinamika ini memperlihatkan bagaimana preferensi konsumtif mahasiswa dikendalikan oleh aktivitas, minat, dan opini mereka, dengan faktor penguat berupa desakan tren, lingkaran pertemanan, serta kemajuan teknologi. Pola dampak positif dan signifikan tersebut sejalan dengan fenomena pada Generasi Z di Surabaya Utara, di mana ambisi menjaga status sosial dan gaya hidup modern membuat mereka

mengesampingkan kalkulasi harga demi mengejar merek serta kualitas (Anikawati & Suwaidi, 2025).

Eskalasi kecenderungan tindakan belanja berlebihan demi menjaga citra sosial di lingkungan sekitar, mengadopsi tren, serta memuaskan keinginan personal berjalan linear dengan tingginya gaya hidup yang dianut seseorang. Fenomena empiris ini memperkokoh posisi gaya hidup sebagai determinan utama di balik meningkatnya perilaku konsumtif dalam kerangka temuan penelitian ini.

4.2.4 Pengaruh negatif *self-control terhadap* perilaku konsumtif

Konfirmasi atas diterimanya hipotesis mengenai dampak langsung Self Control terhadap Perilaku Konsumtif didasarkan pada parameter matematis dalam pengujian model struktural (inner model). Orientasi hubungan yang bertolak belakang ditunjukkan oleh angka koefisien jalur yang menyentuh $-0,346$, sementara validitas signifikansinya diperkuat oleh besaran t-statistic $8,595$ dan perolehan p-value $0,000$ yang berada di bawah ambang batas $0,05$. Secara substantif, temuan ini mengindikasikan adanya korelasi terbalik di mana eskalasi kecenderungan tindakan belanja berlebihan dipicu oleh lemahnya kendali diri individu; sebaliknya, reduksi pada pola konsumsi yang tidak hemat berjalan sejalan dengan semakin tingginya kapasitas pengondisian personal yang dimiliki.

Pembelian yang tidak direncanakan serta kerentanan terhadap godaan keinginan sesaat, tren, maupun promosi menjadi karakteristik

utama pada individu dengan kontrol diri yang rendah. Pola ini kontras dengan mereka yang memiliki kapasitas pengondisian personal yang baik, di mana rasionalitas dalam memilah aspek keinginan dan kebutuhan beroperasi secara efektif guna membendung dorongan belanja impulsif sekaligus meregulasi tindakan. Fenomena empiris tersebut mengonfirmasi signifikansi peran self control sebagai instrumen krusial dalam menekan perilaku konsumtif berdasarkan hasil temuan riset ini.

Pembelian yang berlandaskan emosi serta keinginan sesaat tanpa memedulikan kebutuhan riil ataupun aspek manfaat menjadi kecenderungan dari rendahnya kontrol diri seseorang. Hal ini berbanding terbalik dengan kepemilikan kapasitas pengondisian personal yang baik, di mana perolehan konsekuensi positif diwujudkan melalui kemampuan mengarahkan, mengatur, dan mengendalikan tindakan demi menelurkan keputusan belanja yang lebih efektif sekaligus menghindari pengeluaran berlebih. Efektivitas instrumen ini dalam mereduksi kecenderungan bertindak konsumtif tervalidasi oleh pola hubungan negatif yang serupa pada studi terdahulu, di mana pelemahan kontrol diri berimplikasi langsung pada lonjakan aktivitas konsumsi yang tidak hemat (Atrizka et al., 2023).

Eskalasi kemampuan dalam membedakan aspek keinginan dengan kebutuhan, menekan pengeluaran, serta menangkai transaksi impulsif pemicu pemborosan melekat pada mahasiswa dengan tingkat

pengondisian personal yang tinggi. Fenomena ini membuktikan adanya dampak negatif Self Control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Secara konseptual, kapasitas kontrol diri beroperasi sebagai instrumen individu untuk mengarahkan, mengatur, membimbing, sekaligus menyusun tindakan demi memproduksi konsekuensi yang positif (Simarmata et al., 2024).

Kebijaksanaan dalam mengambil keputusan pembelian serta mengelola keuangan ditentukan oleh kemampuan individu dalam menahan diri, menjadikannya faktor krusial untuk mereduksi aktivitas konsumsi yang tidak hemat. Karakteristik ini tercermin dari korelasi negatif dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang didokumentasikan pada pemain game online Mobile Legends Bang Bang (MLBB) Generasi Z di Pulau Jawa; di mana eskalasi pengondisian personal berdampak langsung pada penurunan tindakan boros mereka (Nugraha & Nurwidawati, 2024).

Bagi kalangan pemain game, manifestasi dari perilaku konsumtif tersebut mewujud dalam bentuk pengeluaran tidak rasional, pemborosan, hingga transaksi impulsif berupa akuisisi item virtual demi memuaskan gengsi sosial di lingkungan pertemanan atau kesenangan temporer. Kerentanan terhadap pembelian berlebihan ini dialami oleh individu yang minim kontrol diri, sebab hilangnya kapasitas untuk memikirkan konsekuensi tindakan, meregulasi perilaku, dan menyaring desakan impulsif membuat mereka mudah

terpicu oleh stimulus eksternal layaknya promo, tren, dan potongan harga.

Kemampuan dalam menekan pengeluaran, memprioritaskan aspek kebutuhan di atas keinginan, serta menangkai transaksi impulsif berjalan optimal seiring dengan semakin tingginya kapasitas pengondisian personal yang dimiliki seseorang. Efektivitas kontrol tersebut berkontribusi langsung dalam meminimalkan aktivitas belanja yang tidak hemat, sebuah temuan empiris yang memperkuat posisi krusial self control sebagai determinan utama penekan perilaku konsumtif dalam model penelitian ini.

4.2.5 Pengaruh positif literasi keuangan melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

Penerimaan hipotesis H5 ditunjukkan oleh pembuktian matematis pada pengujian efek tidak langsung dalam model struktural (inner model), di mana Literasi Keuangan (X1) memengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) via intervensi Self Control (Z) sebagai variabel mediasi. Koefisien jalur sebesar -0,204 menegaskan orientasi pengaruh yang berlawanan arah, dengan validitas signifikansi statistik yang diperkuat oleh perolehan nilai t-statistic 7,018 (melampaui angka kritis 1,96) serta p-value 0,000 (di bawah ambang batas 0,05). Secara substantif, mekanisme intervensi ini membuktikan bahwa penurunan tindakan belanja yang tidak hemat pada individu berhasil dicapai sebagai dampak lanjutan dari eskalasi kapasitas self control yang

sebelumnya telah terstimulasi oleh penguatan pemahaman literasi keuangan.

Mekanisme psikologis yang membantu individu dalam mengelola keuangan secara lebih bijaksana dan rasional diwujudkan melalui peran self control. Eksistensinya berfungsi sebagai jembatan yang mentransformasikan pemahaman finansial yang baik menjadi tindakan penekanan terhadap perilaku konsumtif, di mana kapasitas pengondisian diri tersebut mengontrol intensitas pengeluaran personal. Alur operasional ini mengonfirmasi hasil temuan penelitian bahwa manifestasi dampak negatif Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dimediasi oleh intervensi Self Control.

Kapasitas personal dalam memilah aspek keinginan dari kebutuhan esensial cenderung lebih efektif dikuasai oleh individu dengan tingkat kecerdasan finansial yang tinggi, sehingga menjauhkan mereka dari tindakan belanja yang tidak hemat. Temuan empiris tersebut mengonfirmasi penjelasan bahwa reduksi perilaku konsumtif mahasiswa dicapai berkat peran kemampuan pengendalian diri dalam menata pengeluaran yang distimulasi oleh literasi keuangan, sebuah pola dampak yang selaras dengan dokumentasi riset dari Putri dan Priantilianingtiasari (2023).

Penahanan dorongan transaksi impulsif serta rasionalisasi dalam penentuan keputusan konsumsi cenderung lebih optimal dilakukan oleh individu yang memiliki pengondisian diri dengan

performa baik. Berdasarkan bukti tersebut, signifikansi efek negatif dan nyata dari self control terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan temuan yang didokumentasikan oleh Kumalasari dan Soesilo (2019). Integrasi operasional antara kecakapan literasi keuangan dan kapasitas kendali diri ini bertindak sebagai determinan krusial dalam menekan aktivitas belanja yang tidak hemat.

4.2.6 Pengaruh positif *fintech* melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

Penahanan dorongan transaksi impulsif serta rasionalisasi dalam penentuan keputusan konsumsi cenderung lebih optimal dilakukan oleh individu yang memiliki pengondisian diri dengan performa baik. Berdasarkan bukti tersebut, signifikansi efek negatif dan nyata dari self control terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan temuan yang didokumentasikan oleh Kumalasari dan Soesilo (2019). Integrasi operasional antara kecakapan literasi keuangan dan kapasitas kendali diri ini bertindak sebagai determinan krusial dalam menekan aktivitas belanja yang tidak hemat.

Faktor psikologis berupa self control memiliki peran strategis dalam memoderasi baik memperkuat atau memperlemah intensitas dampak teknologi finansial terhadap tindakan belanja yang tidak hemat. Manifestasi dari korelasi ini terlihat dari kerentanan individu dengan kapasitas pengondisian personal yang minim dalam memanfaatkan instrumen digital, di mana tingginya penggunaan

fintech berimplikasi langsung pada lonjakan perilaku konsumtif. Secara operasional, runtuhnya pertimbangan matang saat mengeksekusi pembelian dipicu oleh hilangnya hambatan transaksional akibat kemudahan akses pembayaran digital, paylater, hingga e-wallet.

Signifikansi posisi self control sebagai variabel krusial terkonfirmasi dalam memetakan interaksi antara pemanfaatan fintech dan perilaku konsumtif. Pola ini diperkuat oleh dokumentasi riset dalam jurnal AFEKSI (2024), yang menegaskan bahwa kerentanan terhadap transaksi impulsif serta hambatan dalam mengondisikan pengeluaran melekat pada individu dengan kapasitas kendali diri yang minim. Akibat pelemahan faktor psikologis tersebut, penetrasi diskon, promo, hingga kepraktisan instrumen digital menjadi stimulator yang mengakselerasi tindakan belanja tidak hemat.

Dinamika ini berjalan searah dengan temuan Dewi, Herawati, dan Adeputra (2021) mengenai eksistensi penggunaan e-money yang memicu dampak positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dalam konteks tersebut, runtuhnya kendali dalam konsumsi berlebih serta lonjakan pembelian spontan distimulasi secara masif oleh faktor kepraktisan yang ditawarkan melalui sistem transaksi digital.

4.2.6 Pengaruh positif gaya hidup melalui *self-control* terhadap perilaku konsumtif

Penerimaan hipotesis H7 dibuktikan secara matematis lewat pengujian efek tidak langsung pada struktur model (inner model), yang mengonfirmasi bahwa intervensi Self Control (Z) sebagai variabel mediasi menjembatani pengaruh Gaya Hidup (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Koefisien jalur yang diperoleh sebesar 0,090 menunjukkan orientasi hubungan yang positif, dengan validitas signifikansi statistik yang diperkuat oleh capaian t-statistic 5,162 (melampaui angka kritis 1,96) serta perolehan p-value 0,000 (di bawah ambang batas 0,05). Secara substantif, alur operasional ini mengindikasikan bahwa eskalasi tindakan belanja yang tidak hemat pada individu digerakkan oleh dinamika gaya hidup melalui keterlibatannya dalam memengaruhi kapasitas pengondisian personal (self control) yang dimiliki.

Eskalasi tindakan belanja yang tidak hemat dan berlebihan pada individu dipicu oleh dorongan pemenuhan kepuasan pribadi, ambisi menjaga status sosial, serta desakan untuk mengadopsi tren terkini. Dampak positif dan nyata dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ini didukung oleh temuan empiris Apprillia Anggraeni Sugiarto dan Fahimul Amri (2023). Melalui riset tersebut dijelaskan bahwa orientasi pemeliharaan citra sosial dan kepatuhan

pada tren memicu pembelian berlebih, terutama bagi mereka yang menganut pola hidup materialistik.

Secara operasional, fenomena lonjakan konsumsi akibat tingginya gaya hidup ini terakselerasi secara masif apabila kapasitas pengondisian personal (self control) individu berada pada tingkat yang minim. Eksistensi kendali diri tersebut memegang peranan krusial sebagai instrumen psikologis yang meregulasi desakan belanja spontan agar keputusan konsumsi yang dieksekusi tetap berpijak pada asas rasionalitas.

Signifikansi kedudukan self control sebagai variabel mediasi terkonfirmasi dalam menjembatani alur pengaruh gaya hidup terhadap pembentukan perilaku konsumtif individu. Pola mediasi ini diperkuat oleh dokumentasi riset dalam jurnal AFEKSI (2024), yang menegaskan bahwa runtuhnya kapasitas pengondisian personal menjadi penyebab utama individu lebih rentan terdorong mengeksekusi transaksi yang tidak rasional serta berlebihan. Dinamika psikologis tersebut berjalan selaras dengan temuan dalam Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (2025) mengenai eksistensi gaya hidup modern pada Generasi Z yang memicu dampak positif terhadap perilaku konsumtif. Dalam konteks generasi tersebut, pengadopsian pola hidup yang tinggi menstimulasi mereka untuk menempatkan pemenuhan keinginan di atas skala

kebutuhan riil, sebuah orientasi yang pada akhirnya mengakselerasi maraknya tindakan pembelian secara impulsif

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan data kuantitatif, kontribusi dominan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 32,8% berasal dari faktor fintech dan gaya hidup. Sebaliknya, literasi keuangan serta self-control terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap pembentukan perilaku konsumtif tersebut. Secara simultan, kelima variabel yang diteliti meliputi self-control, literasi keuangan, gaya hidup, fintech, dan perilaku konsumtif itu sendiri menunjukkan adanya hubungan yang signifikan satu sama lain.

1. Pengeluaran yang lebih bijaksana mampu dikendalikan individu melalui kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, mengambil keputusan finansial yang rasional, serta mengatur keuangan. Rasionalisasi tindakan ini berakar pada penurunan kecenderungan tindakan boros yang dipicu oleh tingginya tingkat pemahaman pengelolaan finansial. Oleh karena itu, hubungan negatif dan signifikan secara empiris terbukti menempatkan literasi keuangan sebagai penekan perilaku konsumtif.
2. Pembelian tanpa pertimbangan yang matang dipicu oleh kemudahan, kecepatan, serta fleksibilitas transaksi digital. Aksesibilitas tersebut mendorong peningkatan kecenderungan bertindak boros yang sejalan dengan intensitas pemanfaatan instrumen keuangan modern seperti mobile banking, e-wallet, dan

paylater. Secara empiris, fenomena ini menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan yang diberikan fintech dalam menstimulasi perilaku konsumtif.

3. Kecenderungan melakukan konsumsi berlebihan meningkat seiring tuntutan sosial untuk memenuhi kebutuhan kelompok, menjaga penampilan, dan mengikuti tren. Dorongan-dorongan tersebut menjadi stimulus utama pada mahasiswa yang memperkuat perilaku konsumtif mereka akibat standar hidup yang meninggi. Secara empiris, dinamika gaya hidup ini terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan dalam memicu tindakan boros tersebut.
4. Keputusan konsumsi diambil secara lebih rasional dan dorongan pembelian impulsif cenderung lebih mampu dikontrol oleh individu yang memiliki kemampuan menahan diri yang kuat. Penurunan kecenderungan tindakan boros ini berjalan selaras dengan semakin baiknya kapasitas seseorang dalam mengendalikan diri. Melalui mekanisme psikologis tersebut, kontrol diri secara empiris terbukti memberikan pengaruh negatif dan signifikan sebagai penahan perilaku konsumtif.
5. Kapasitas self-control yang membaik dipicu oleh tingginya literasi keuangan individu, sehingga tindakan boros dapat ditekan. Melalui mekanisme perantara tersebut, pengendalian perilaku konsumtif diperkuat oleh peran self-control yang menjembatani dampak dari pemahaman finansial. Secara empiris, pembuktian ini menegaskan

bahwa variabel mediasi tersebut menyalurkan pengaruh negatif dan signifikan yang dimiliki literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

6. Pengendalian dampak penggunaan fintech terhadap perilaku konsumtif menempatkan self-control sebagai faktor penting dalam memitigasi tindakan tersebut. Ketika individu memiliki kontrol diri yang rendah dalam mengelola pengeluaran, pemanfaatan layanan keuangan digital yang tinggi justru memicu lonjakan tindakan boros. Jalur interaksi ini membuktikan secara empiris bahwa variabel mediasi tersebut menyalurkan pengaruh positif dan signifikan yang dimiliki instrumen finansial modern terhadap Perilaku Konsumtif.
7. Dorongan konsumsi agar tetap rasional dan sesuai kebutuhan dapat dikendalikan individu melalui peran penting self-control yang memitigasi dorongan belanja tersebut. Tanpa adanya kemampuan kontrol diri yang baik, pemenuhan standar hidup yang tinggi cenderung membuat seseorang lebih mudah terdorong melakukan konsumsi berlebihan. Melalui jalur psikologis ini, variabel mediasi tersebut terbukti secara empiris menyalurkan pengaruh positif dan signifikan yang dimiliki gaya hidup dalam membentuk Perilaku Konsumtif.

5.2 SARAN

Edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya pengelolaan keuangan pribadi serta literasi keuangan diharapkan dapat disediakan

oleh institusi pendidikan lewat program pembelajaran yang relevan, pelatihan, maupun seminar. Pada ranah individu, pembelian impulsif akibat kemudahan transaksi dapat dihindari jika mahasiswa lebih bijaksana dalam menggunakan layanan pembayaran digital, *paylater*, dan *e-wallet* sebagai bagian dari teknologi finansial. Pengeluaran dan keputusan pembelian juga perlu dikendalikan melalui peningkatan kemampuan *self-control* mahasiswa agar tindakan mereka lebih rasional serta tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial maupun tren. Langkah-langkah tersebut pada akhirnya mendukung peningkatan pemahaman finansial demi pengelolaan dana yang lebih bijak, yang memungkinkan mereka membedakan antara keinginan dan kebutuhan sekaligus menekan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Tingkat generalisasi yang lebih baik dapat diperoleh oleh peneliti selanjutnya melalui perluasan wilayah penelitian serta penggunaan jumlah sampel yang lebih besar. Karakteristik responden yang berbeda juga dapat dibandingkan jika objek penelitian diperluas dari kalangan mahasiswa ke kelompok usia lainnya atau masyarakat umum. Selain perluasan demografis tersebut, pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor pemicu tindakan boros dapat digali menggunakan pendekatan kualitatif atau *mixed method* sebagai alternatif metode penelitian lain. Komprehensifnya hasil kajian mendatang turut ditunjang oleh penyertaan variabel lain yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif, meliputi *financial behavior*,

lingkungan pertemanan, impulsive buying, gaya hidup hedonis,
hingga media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi.
- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Majalengka*. 5(1).
- Abirama, D. A. S., Hudzaifah, Y., & Susilo, J. (N.D.). *Self Control As Mediator Of Financial Literacy, E-Money, And Lifestyle Towards Consumptive Behavior In Students In Sintang*.
- Anikawati, V., & Suwaidi, R. A. (2025). *The Influence Of Lifestyle And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Generation Z In North Surabaya With Financial Literacy As A Moderating Variable*. 8(3).
- Ariria, D. N., & Ulfatun, T. (N.D.). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa*.
- Ariwangsa, I. G. N. O. & Gde Bagus Surya Jayanatha. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(3), 229–239.
<https://doi.org/10.20527/Jwm.V11i3.254>
- Atrizka, D., Simanjuntak, G. S. M., Kaban, T., Koka, A., & Aritonang, T. (N.D.). *Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Kontrol Diri Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia*.
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli And Its Relationship To Stress. *Psychological Bulletin*, 80(4), 286–303.
<https://doi.org/10.1037/H0034845>
- Bandura, A. (1991). Social Cognitive Theory Of Self-Regulation. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 248–287.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90022-L](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90022-L)
- 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)

- Desiyanti, R. (2020). *Covid-19 Merubah Wajah Indonesia, Literasi Dan Inklusi Keuangan Umkm Selama Pandemi*. Cv. Pustaka Learning Center.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021a). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
<https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I1.4669>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021b). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
<https://doi.org/10.24034/J25485024.Y2021.V5.I1.4669>
- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). The Effect Of Financial Literacy And Self-Control On The Consumptive Behavior Of State Senior High School Students In East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 71–82.
<https://doi.org/10.55047/Transekonomika.V2i6.271>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Consumer Behavior* (8th Ed.). Dryden Press.
- Faber, R. J., & o'guinn, T. C. (1992). A Clinical Screener For Compulsive Buying. *Journal Of Consumer Research*, 19(3), 459–469.
<https://doi.org/10.1086/209315>
- I Nyoman Rajeg Mulyawan, Dartiningsih, M. W., & Ayu Made Nia Mahayani. (2022). *Hubungan Antara Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping Pada Prodi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pgri Mahadewa Indonesia Tahun 2022*. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7189893>
- Jain, A., Srivastava, Dr. S., & Shukla, A. (2023). Self-Control And Compulsive Buying Behavior: The Mediating Role Of Ill-Being Perception. *Cogent Business & Management*, 10(3), 2286673.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2286673>
- Jauharia Hatta, A. (2011). Model Of Information System Operation Based On Technology Acceptance Model For Micro Financial Institutions. *Journal Of Economics, Business, And Accountancy | Ventura*, 14(3), 251.
<https://doi.org/10.14414/Jebav.V14i3.52>

- Julita, E., B. I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6775>
- Kamel, S., & Hassan, A. (2003). *Annals Of Cases On Information Technology*. Idea Group Publishing.
- Kou, G., & Lu, Y. (2025). Fintech: A Literature Review Of Emerging Financial Technologies And Applications. *Financial Innovation*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.1186/s40854-024-00668-6>
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Seberapa Besar Peran Financial Literacy, Life Style, E-Money, Dan Self Control? *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4713>
- Lesmana Adelyanto Sampe. (2024). The Influence Of Fintech Payments, Financial Behavior, Lifestyle, On The Consumption Behavior Of Generation Z In Palu City. *International Student Conference On Business, Education, Economics, Accounting, And Management (Isc-Beam)*, 2(1), 2336–2344. <https://doi.org/10.21009/Isc-Beam.012.168>
- Lestari, D. S., Mutmainah, K., & Romandhon. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unsiq Fakultas Ekonomi Dan Bisnis). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 4(1), 119–128.
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024a). *Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta*. 9(1).
- Lestari, S. D., & Haris, H. (2024b). *Pengaruh Sosial, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Melalui Shopee Paylater Pada Mahasiswa Febi Uin Raden Mas Said Surakarta*. 9(1).
- Marcella, E., Katsir, A., Fikri, M. A., & Kusuma, D. R. (2024). The Effect Of Financial Literacy On Consumptive Behavior: Self-Control As A

Mediator. *Proceedings Series On Social Sciences & Humanities*, 15, 49–54. <https://doi.org/10.30595/Pssh.v15i.925>

Moorthy, K., Runxuan, L., Chun t'ing, L., & Jing Yii, K. (2024). College Students' Consumption Behaviour In Internet Celebrity Economy Under We Media Environment: A Study Among Malaysian And Chinese Students. *Journal Of Responsible Production And Consumption*, 1(1), 62–80. <https://doi.org/10.1108/Jrpc-09-2023-0002>

Mutthaqin, M. S., Wati, P., & Batubara, C. (N.D.). *Pengaruh Spaylater Dalam Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Muslim Di Febi Uinsu*.

Nugraha, A. K., & Nurwidawati, D. (2024). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pemain Game Online. *Jurnal Psikologi*.

Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/Jiis.V9i2.68587>

Otoritas Jasa Keuangan. (2024, May 18). *Pengelolaan Investasi*. <http://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Pasar-Modal/Pages/Pengelolaaninvestasi.aspx>

Permadani, A. A., & Sartika, F. (2025). *Pengaruh Fintech Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online E-Commerce Shopee Dengan Self Control Sebagai Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Ptn Malang)*. 09.

Prabandari, S. P., & Sholihah, P. I. (2015). The Influence Of Theory Of Planned Behavior And Entrepreneurship Education Towards Entrepreneurial Intention. *Journal Of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 17(3), 385. <https://doi.org/10.14414/Jebav.V17i3.360>

Primandari, N. R., Utami, E. Y., Nurhakim, A., Uli, N. Z., & Utomo, B. (2024). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Indonesia*. 08(02).

- Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1245–1261. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i3.3740>
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Mengungkap Perilaku Konsumtif Generasi Z Dalam Penggunaan Digital Payment Dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 12(2), 163–171. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/Akunesa/article/view/29459>
- S, Khaidarsyah., & Haruna, H. (2021). The Effect Of Lifestyle And Self-Concept On Consumptive Behavior In Students Of The Department Of Economics Education Stkip Pembangunan Indonesian Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, 8(2), 359. <https://doi.org/10.26858/Ja.V8i1.25358>
- Sardiyo, S., & Martini, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kemampuan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner*, 6(3), 3169–3180. <https://doi.org/10.33395/Owner.V6i3.934>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach* (7th, Ed.). Wiley.
- Senobua, S., Sondakh, J. J., & Rondonuwu, S. (2023). The Influence Of The Use Of Financial Technology And Financial Literacy On The Consumptive Behavior Of Students Of The Faculty Of Economics And Business, Sam Ratulangi University. *Journal Of Governance, Taxation And Auditing*, 2(2), 42–48. <https://doi.org/10.38142/Jogta.V2i2.826>
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). *The Influence Of Financial Literacy, The Use Of Digital Payments, And Self- Control On The Consumptive Behavior Of Students At The Faculty Of Economics And Business*.
- Sofiyana, A., & Aryanto, V. D. W. (N.D.). *Peran Kontrol Diri Dalam Memediasi Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Interaksi Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Gen Z Di Kota Semarang*.
- Sugiarto, A. A., & Amri, F. (2023). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Sap (Susunan Artikel Pendidikan)*, 8(2), 195. <https://doi.org/10.30998/Sap.V8i2.19295>

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sumiarni, L. (2019). Perilaku Self-Control Dalam Mengelola Keuangan Pribadi (Berdasarkan Theory Of Planned Behavior Dan Conscientiousness) Di Stikes Merangin. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 3(2), 105. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V3i2.69>
- Supriyanto, A., Sani, A., & Maharini, V. (2019). *Riset Manajemen Sdm Untuk Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Dilengkapi Dengan Contoh Artikel Jurnal*. Uin Maliki Press.
- Syariifah, E. N., & Yuliana, I. (2022). Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Rasionalitas Pada Mahasiswa Manajemen Uin Malang. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 12(2), 202–211. <https://doi.org/10.37859/Jae.V12i2.4277>
- Zavolokina, L., Dolata, M., & Schwabe, G. (2016). The Fintech Phenomenon: Antecedents Of Financial Innovation Perceived By The Popular Press. *Financial Innovation*, 2(1), 16. <https://doi.org/10.1186/S40854-016-0036-7>

DATA LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Novita Tri Wulandari
 Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 11 Juli 2001
 Alamat : Komp. Kartanegara A.59 RT 03, RW 06, Desa
 Tamanharjo, Kec. Singosari, Kab. Malang, 65153
 Telepon : 081217261698
 Email : novitatriw65@gmail.com

Pendidikan Formal

2006-2008 : TK Nurul Jadid, Malang
 2008-2014 : SDN Tamanharjo 3, Malang
 2014-2017 : SMPN 1 Singosari, Malang
 2017-2020 : SMAN 1 Lawang, Malang
 2022-2026 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

Tahun	Keterangan
2022 – 2023	Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2022 – 2024	Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 2: Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Novita Tri Wulandari. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang) dengan Judul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Fintech*, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan *Self Control* Sebagai Variabel Mediasi. (Studi Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)”.

Sebagai bagian dari penelitian ini, saya memerlukan partisipasi responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2022-2025.
2. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan literasi keuangan, *fintech*, dan gaya hidup.
3. Mahasiswa yang menggunakan aplikasi *fintech* (e-wallet (GoPay, OVO, DANA, Shoopepay), mobile banking, paylater (Kredivo, Akulaku).

Data responden dijamin kerahasiaannya dan semata hanya untuk kepentingan penelitian. Dengan kelapangan hati saya memohon bantuan Saudara/i agar berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian di bawah ini

Identitas Responden

1. Nama Reponden:
2. Jenis Kelamin:
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan
3. Usia:
 - ☐ Kurang 20 Tahun
 - ☐ 18-20 Tahun
 - ☐ Lebih 20 Tahun
4. Fakultas
 - ☐ Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
 - ☐ Syariah
 - ☐ Humaniora
 - ☐ Psikologi
 - ☐ Ekonomi
 - ☐ Sains dan Teknologi
 - ☐ Kedokteran dan Ilmu Kesehatan
5. Angkatan
 - ☐ 2022
 - ☐ 2023
 - ☐ 2024
 - ☐ 2025
6. Jenis Fintech
 - ☐ E-wallet (OVO, DANA, GoPay, Shopepay)

O Mobil Banking

O PayLater (Kredivo, Akulaku)

Petunjuk Pengisian

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

2: Tidak Setuju (TS)

3: Netral (N)

4: Setuju (S)

5: Sangat Setuju (SS)

Literasi Keuangan (X1)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Mengetahui cara merencanakan pengelolaan pendapatan untuk jangka pendek dan panjang.					
2	Dapat mengontrol pengeluaran berdasarkan pendapatan yang di terima.					
3	Merasa nyaman mengelola pengeluaran dan tidak melebihi anggaran yang telah ditentukan.					
4	Menghindari pengeluaran impulsif yang tidak direncanakan.					
5	Menyisihkan sebagian dari pendapatan setiap bulan untuk ditabung.					
6	Merasa penting untuk memiliki tabungan yang cukup untuk mengatasi situasi finansial yang darurat.					
7	Memahami bahwa setiap keputusan investasi yang dibuat mengandung risiko, dan siap untuk menghadapi potensi kerugian.					
8	Dapat menilai potensi keuntungan dari suatu investasi sebanding dengan risiko yang harus dihadapi.					

<i>Financial Technology (X2)</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Penggunaan <i>fintech</i> sangat membantu dalam mempermudah pengelolaan keuangan.					
2	<i>Fintech</i> dapat diandalkan untuk melakukan transaksi keuangan dengan aman.					
3	<i>Fintech</i> memudahkan dan mempercepat proses transaksi keuangan.					
4	Fitur-fitur <i>Fintech</i> mudah dipelajari.					

Gaya Hidup (X3)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sering membeli barang atau layanan yang sedang menjadi tren, meskipun tidak terlalu diperlukan.					
2	Pengeluaran sering dipengaruhi oleh kegiatan sosial atau lingkungan sekitar, seperti belanja saat berkumpul dengan teman.					
3	Sering mengikuti tren gaya hidup terbaru, seperti mode, teknologi, atau gaya hidup sehat, dan ini memengaruhi cara mengelola pengeluaran.					
4	Tertarik untuk membeli barang atau layanan yang sesuai dengan gaya hidup meskipun itu sering kali tidak direncanakan sebelumnya.					
5	Percaya bahwa gaya hidup yang konsumtif dapat berdampak buruk pada kesehatan finansial dalam jangka panjang.					
6	Merasa bahwa gaya hidup yang lebih sederhana dan hemat dapat membantu					

	mengelola keuangan dengan lebih baik.					
--	---------------------------------------	--	--	--	--	--

<i>Self-Control (Z)</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Mampu berpikir secara hati-hati dan mempertimbangkan segala aspek sebelum membuat keputusan.					
2	Mampu mengendalikan stimulus dan mengatur diri sendiri dalam berbagai situasi.					
3	Mampu menghindari atau menjauhkan diri dari kondisi yang dianggap tidak menguntungkan.					
4	Mampu mengendalikan emosi dan respons saat menghadapi situasi tertentu.					
5	Mampu mempertimbangkan aspek-aspek positif dan pandangan pribadi.					
6	Mampu berpikir secara hati-hati dan mempertimbangkan segala aspek sebelum membuat keputusan.					

Perilaku Konsumtif (Y)						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Membeli produk ketika ada penawaran khusus atau diskon menarik yang tersedia.					
2	Penawaran khusus atau promosi sering kali mempengaruhi keputusan untuk membeli suatu barang atau layanan.					
3	Tertarik untuk membeli produk yang memiliki desain atau kemasan yang menarik, meskipun					

	tidak membutuhkannya.					
4	Penampilan visual produk, seperti kemasan atau warna, sering kali memengaruhi keputusan untuk membeli suatu barang.					
5	Terdorong untuk membeli barang meskipun tidak benar-benar membutuhkannya.					
6	Sulit untuk menahan keinginan membeli produk ketika melihat promosi atau penawaran menarik.					
7	Membeli barang hanya karena tertarik atau tergoda, meskipun tidak memeriksa harga atau apakah benar-benar membutuhkannya.					
8	Membeli produk tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut benar-benar berguna atau sesuai dengan anggaran.					
9	Membeli produk tertentu untuk menunjukkan status sosial atau <i>prestise</i> di mata orang lain.					
10	Memilih barang-barang bermerk atau mahal untuk meningkatkan citra diri di lingkungan sosial.					

Lampiran 3: Hasil dan data kuisioner

HASIL DATA KUESIONER

No.	Literasi Keuangan (X1)							
	X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2
1	1	1	1	1	1	1	1	2
2	5	5	5	5	4	5	5	5
3	4	5	3	3	4	5	4	3
4	4	2	4	3	2	3	1	2
5	3	1	4	1	2	2	2	3
6	5	5	4	5	5	5	4	5
7	1	3	3	3	3	3	3	5
8	5	4	5	4	5	4	4	5
9	3	3	3	4	2	3	3	3
10	3	3	3	3	3	4	5	3
11	4	2	1	2	3	3	3	2
12	3	2	3	5	2	4	3	4
13	3	3	3	3	3	4	3	4
14	1	1	2	1	1	1	2	1
15	2	4	4	3	4	4	1	4
16	5	3	5	3	3	4	3	5
17	3	5	3	5	4	3	2	5
18	3	5	4	4	2	4	5	4
19	2	3	3	4	5	3	1	3
20	5	3	3	4	4	4	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	5	4	5	5	5	5	5
23	4	5	5	4	5	4	3	5
24	4	5	3	4	4	4	4	4
25	3	3	3	2	4	2	3	3
26	2	3	2	1	2	1	3	1
27	2	2	1	1	3	2	1	2
28	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	3	4	3	3	3	4	4
30	1	2	3	1	1	2	1	2
31	4	3	3	5	2	2	3	2
32	4	4	5	4	4	4	4	4
33	2	1	1	1	1	1	2	1
34	5	5	3	4	4	2	4	4
35	4	4	4	2	4	4	5	4
36	4	3	3	2	3	3	2	5
37	2	1	1	1	1	3	1	1
38	3	3	3	4	1	4	2	3
39	3	4	5	4	4	5	4	2

40	4	2	4	4	4	4	5	5
41	5	5	2	5	5	5	4	4
42	1	1	1	1	1	1	1	1
43	3	4	5	3	2	4	3	4
44	2	4	3	1	3	3	2	4
45	1	1	2	1	1	1	1	1
46	2	3	2	2	3	2	3	3
47	4	2	3	3	3	3	3	2
48	3	3	1	2	3	2	4	4
49	3	4	3	5	4	3	2	4
50	2	3	1	1	2	3	3	3
51	1	1	1	1	1	1	2	2
52	3	3	4	2	3	5	4	3
53	2	2	2	2	1	2	2	2
54	2	3	2	3	4	3	3	5
55	2	2	2	3	2	3	2	3
56	2	4	2	5	4	5	2	5
57	2	4	4	2	3	5	4	4
58	2	2	1	1	1	2	1	1
59	3	5	5	5	3	3	5	5
60	1	1	1	1	3	1	2	1
61	5	5	4	5	5	5	5	5
62	1	2	1	2	1	2	1	2
63	5	5	5	5	4	4	5	5
64	2	4	3	3	3	3	4	3
65	4	3	1	3	1	1	3	2
66	2	3	3	3	3	3	3	4
67	3	5	4	4	5	4	2	3
68	1	1	1	1	1	1	1	1
69	1	1	1	1	1	2	1	1
70	2	1	1	2	2	1	2	2
71	5	5	5	5	5	5	3	4
72	2	1	1	2	1	1	1	2
73	5	3	3	4	2	5	5	5
74	4	3	5	4	5	5	5	4
75	5	5	4	3	5	2	2	5
76	1	1	1	1	1	1	1	1
77	2	2	1	1	4	2	1	3
78	4	5	3	4	5	4	5	5
79	5	3	2	4	3	4	3	2
80	5	3	5	4	5	3	5	3
81	2	2	3	2	2	4	3	3
82	3	2	2	4	2	1	1	3
83	4	3	5	3	3	4	2	4
84	3	2	2	3	2	4	1	3
85	5	5	5	4	4	4	5	5

86	3	3	5	3	3	3	3	3
87	5	4	5	5	5	5	5	4
88	4	4	5	5	3	4	4	5
89	3	4	3	5	1	3	4	4
90	3	5	4	5	3	4	5	3
91	1	3	1	2	2	2	1	1
92	5	5	5	5	5	5	5	4
93	2	3	5	3	3	4	3	1
94	4	5	5	5	4	5	5	5
95	4	3	4	3	5	5	4	5
96	4	3	4	3	3	2	3	2
97	5	4	5	4	5	4	5	5
98	1	2	1	1	1	1	1	1
99	2	3	1	1	1	2	1	1
100	1	1	1	1	1	1	1	1
101	3	5	5	4	2	2	3	2
102	2	1	2	2	2	1	2	1
103	4	5	4	3	4	5	5	4
104	1	1	1	3	1	1	1	1
105	1	1	1	1	1	1	2	2
106	3	2	2	3	2	3	3	2
107	5	5	5	4	5	5	5	5
108	4	4	5	4	5	5	4	4
109	3	2	3	4	4	2	4	4
110	4	3	3	3	2	4	4	2
111	5	4	4	3	5	3	3	3
112	4	4	4	2	4	3	3	3
113	4	4	5	5	4	4	4	4
114	1	1	1	1	1	1	1	1
115	5	4	5	5	5	4	5	5
116	4	4	4	4	3	4	5	2
117	2	3	3	2	4	1	2	3
118	5	4	5	4	2	4	4	4
119	4	3	3	3	5	1	4	4
120	4	4	2	5	4	4	5	3
121	1	3	2	2	2	1	2	2
122	2	1	1	2	1	1	2	3
123	2	2	2	3	2	2	4	2
124	4	5	4	4	4	5	3	5
125	5	5	5	5	5	5	5	5
126	4	3	5	5	4	3	4	5
127	3	4	3	4	4	3	4	4
128	1	1	1	1	1	1	1	1
129	2	1	1	1	2	2	2	2
130	2	2	3	3	3	2	2	3
131	2	2	2	1	2	3	1	1

132	3	4	1	4	4	3	2	1
133	2	1	2	1	3	1	1	1
134	4	4	3	4	4	3	2	3
135	3	2	2	3	2	3	2	3
136	4	4	3	4	5	4	3	5
137	2	1	2	2	1	1	1	2
138	5	5	5	4	5	5	4	4
139	1	1	1	1	1	1	1	1
140	5	5	5	5	5	5	5	5
141	1	2	1	1	1	1	2	2
142	2	2	4	1	2	2	2	3
143	1	1	1	2	1	3	1	2
144	1	2	1	2	2	2	3	2
145	3	2	3	2	3	3	3	3
146	5	3	4	3	5	5	4	3
147	1	1	1	1	1	2	1	1
148	2	1	2	2	4	1	2	1
149	3	4	3	4	3	5	5	5
150	4	3	4	3	5	3	5	2
151	5	4	4	3	3	3	4	3
152	2	1	1	1	1	1	1	1
153	1	3	3	2	2	1	1	2
154	3	5	4	5	5	2	4	5
155	2	3	1	2	3	4	1	3
156	4	4	4	5	5	4	4	4
157	3	3	3	5	4	2	5	2
158	1	2	3	2	3	2	1	2
159	5	5	5	5	5	5	5	5
160	1	2	2	3	2	1	2	2
161	2	1	2	3	3	3	3	2
162	3	4	4	3	4	3	2	4
163	5	3	4	4	4	4	3	4
164	3	4	3	5	4	4	3	4
165	2	1	2	1	1	3	2	1
166	2	5	3	4	1	3	2	4
167	3	3	4	3	2	2	4	5
168	5	5	3	5	5	4	5	3
169	5	3	4	5	3	5	5	4
170	1	1	1	1	1	1	1	1
171	2	3	2	2	1	3	1	2
172	1	1	1	1	1	1	1	1
173	4	3	5	2	4	4	3	5
174	3	2	4	4	3	2	2	2
175	3	3	3	1	3	2	2	3
176	3	3	2	3	3	3	5	3
177	4	3	5	4	5	4	4	4

178	4	2	2	4	4	1	3	2
179	1	2	2	2	3	3	1	2
180	4	5	4	5	5	4	5	4
181	5	5	5	5	5	5	4	5
182	5	5	5	5	4	3	5	5
183	1	1	1	1	2	1	4	1
184	5	5	5	4	3	4	4	5
185	2	1	1	1	1	2	2	1
186	2	3	2	3	1	2	3	3
187	1	1	1	1	1	1	1	1
188	5	5	5	5	5	5	5	5
189	5	4	5	5	5	4	4	5
190	4	3	4	2	4	2	3	3
191	5	5	5	5	4	4	5	4
192	5	4	5	5	5	5	5	5
193	5	5	5	4	5	5	3	5
194	4	3	4	5	4	3	5	5
195	3	3	1	1	2	2	3	4
196	1	1	2	2	1	1	1	1
197	3	3	2	1	1	2	1	3
198	2	3	4	4	2	3	4	2
199	5	4	5	4	5	5	4	5
200	3	2	3	3	2	3	3	1
201	3	4	5	3	3	5	5	4
202	3	4	3	3	5	3	3	2
203	5	4	4	4	5	5	4	2
204	2	2	3	3	4	4	3	2
205	3	1	3	2	2	2	3	1
206	4	3	5	4	4	4	3	3
207	5	5	5	4	5	5	5	4
208	5	4	4	4	3	4	3	4
209	3	2	2	2	2	2	3	2
210	3	3	2	5	2	4	1	1
211	4	2	4	3	5	4	4	4
212	2	2	2	2	1	1	2	1
213	5	5	5	5	5	5	5	5
214	3	1	1	2	1	1	1	1
215	4	4	3	4	3	5	5	3
216	1	1	1	1	1	2	2	1
217	3	4	3	2	3	2	2	4
218	5	5	3	5	5	5	5	5
219	2	5	1	4	2	4	3	2
220	1	2	1	1	1	2	2	1
221	1	2	2	2	2	2	1	1
222	2	3	3	4	5	4	4	4
223	5	3	4	1	4	4	3	5

224	2	2	3	1	1	1	2	1
225	4	3	4	3	3	3	2	4
226	5	5	4	4	5	5	5	4
227	2	1	1	1	2	2	2	2
228	3	5	4	2	5	3	4	3
229	2	2	1	1	1	2	2	2
230	1	1	1	3	1	1	1	1
231	4	5	5	5	5	4	5	5
232	3	3	4	3	3	2	1	2
233	5	4	5	4	4	3	5	5
234	1	1	1	1	1	1	1	1
235	5	5	5	5	5	4	5	5
236	3	4	4	3	4	4	3	4
237	5	5	5	4	5	5	5	5
238	5	3	4	3	5	3	4	5
239	4	5	5	4	5	5	5	5
240	3	4	4	2	3	4	4	3
241	3	2	4	3	2	3	3	3
242	5	5	5	5	5	5	4	5
243	4	3	3	5	3	2	3	4
244	5	5	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5	5	5
246	2	2	3	3	4	2	3	2
247	1	1	1	4	1	1	1	1
248	3	5	3	5	5	4	5	5
249	1	2	1	1	1	1	1	1
250	3	3	2	4	3	3	2	4
251	5	5	5	5	5	5	5	4
252	2	4	3	3	4	4	3	4
253	5	5	5	3	5	5	5	5
254	1	3	2	4	3	3	2	1
255	1	1	1	1	2	2	2	1
256	1	1	2	1	1	1	1	3
257	4	1	2	2	4	3	2	4
258	4	4	5	5	5	5	5	5
259	4	5	4	1	3	3	3	2
260	1	1	1	1	1	1	1	1
261	2	4	2	2	3	4	2	5
262	3	5	4	3	4	5	5	5
263	3	3	3	4	2	2	3	4
264	3	2	1	1	1	1	3	3
265	2	4	2	4	5	3	2	2
266	3	2	2	3	3	3	4	3
267	1	1	1	1	1	1	1	1
268	4	2	1	3	2	2	4	3
269	5	5	5	5	5	5	4	5

270	4	4	4	5	5	5	4	4
271	2	2	3	1	2	1	2	1
272	1	1	1	1	1	1	1	1
273	1	2	1	2	1	2	4	2
274	2	1	2	2	4	2	1	3
275	3	1	2	1	2	3	1	3
276	1	2	3	3	3	3	2	3
277	4	4	3	3	3	2	4	4
278	3	5	3	2	4	4	3	2
279	1	3	4	3	3	2	4	3
280	3	2	2	2	3	3	2	2
281	1	1	2	1	1	4	1	1
282	4	1	4	2	2	2	2	3
283	2	2	1	1	2	3	3	1
284	3	1	1	2	2	1	1	2
285	4	5	5	4	4	5	5	5
286	3	2	4	2	4	4	5	3
287	2	2	2	1	1	1	1	1
288	5	4	4	3	2	4	2	3
289	5	5	5	5	5	5	5	5
290	5	5	5	5	5	5	5	5
291	3	4	3	1	4	3	4	3
292	2	1	2	1	1	2	1	1
293	5	4	3	3	2	3	3	3
294	1	2	2	1	1	2	2	1
295	1	2	4	2	1	2	2	1
296	4	5	4	4	2	5	4	5
297	1	1	3	2	1	2	1	1
298	1	2	2	1	2	1	1	1
299	2	3	2	3	2	3	3	3
300	4	5	1	5	4	5	3	5
301	4	2	2	3	3	4	3	2
302	5	5	5	4	4	5	4	4
303	2	3	1	2	4	3	4	2
304	1	1	2	1	1	1	2	2
305	2	2	1	1	1	1	2	2
306	4	1	3	2	1	1	2	3
307	1	1	1	1	1	3	1	2
308	1	1	1	1	1	1	1	1
309	4	3	4	2	3	5	4	4
310	3	3	2	3	2	3	5	5
311	5	5	4	5	3	5	4	4
312	4	4	4	4	5	5	4	5
313	1	1	1	1	1	1	1	1
314	3	2	2	2	1	4	4	2
315	4	4	5	5	5	3	5	4

316	1	2	3	2	2	2	3	1
317	2	1	2	3	3	4	3	3
318	5	5	4	5	5	5	5	4
319	3	2	3	3	2	5	2	5
320	4	4	3	5	3	4	3	2
321	2	4	3	2	3	2	4	3
322	3	3	4	4	2	3	4	3
323	2	3	4	4	4	3	3	3
324	1	2	2	2	2	2	2	3
325	4	2	2	2	2	3	4	2
326	5	4	4	5	5	5	5	3
327	2	2	2	4	2	1	4	3
328	1	1	1	1	1	1	1	2
329	4	5	5	5	4	3	4	4
330	3	4	3	5	2	3	2	3
331	3	2	3	1	4	2	2	1
332	5	5	5	5	5	5	4	5
333	1	3	1	3	2	2	2	1
334	2	2	1	2	1	2	2	1
335	5	5	5	5	5	5	5	4
336	5	4	5	5	5	5	5	5
337	5	5	5	5	5	5	5	5
338	4	1	4	4	4	3	4	3
339	5	4	5	5	5	5	4	5
340	5	5	5	5	5	5	5	5
341	1	2	2	4	4	3	4	1
342	2	2	4	3	4	2	2	3
343	4	4	4	5	2	5	3	4
344	4	5	5	4	4	4	3	3
345	3	4	2	4	4	2	4	1
346	1	3	3	1	2	3	1	3
347	2	2	3	1	3	1	2	1
348	3	4	4	4	3	4	4	2
349	2	5	2	3	4	5	3	5
350	4	4	4	3	2	4	4	3
351	3	4	3	4	3	4	4	5
352	1	2	1	3	1	2	1	1
353	1	2	2	1	2	1	1	1
354	4	4	5	4	5	3	5	5
355	4	3	2	1	4	4	4	2
356	1	2	4	2	3	2	3	2
357	4	3	4	4	4	4	5	3
358	2	1	2	1	1	2	1	1
359	3	3	4	2	4	2	3	3
360	2	1	1	3	1	1	1	1
361	1	1	2	2	2	1	2	2

362	3	1	2	1	3	1	2	1
363	2	1	2	2	1	1	1	1
364	2	4	3	3	4	2	3	3
365	3	2	4	3	3	4	2	2
366	1	1	4	3	2	1	1	2
367	5	4	3	4	5	3	3	3
368	3	3	1	2	3	3	3	2
369	3	2	1	1	1	1	1	1
370	3	3	2	2	3	4	3	5
371	5	5	5	5	4	4	5	5
372	2	2	3	3	3	2	3	4
373	1	1	1	2	1	1	2	1
374	5	4	5	4	5	4	5	4
375	1	3	3	2	3	2	2	3
376	1	3	2	1	3	2	1	1
377	3	4	4	3	2	2	5	3
378	5	5	3	5	3	5	5	4
379	1	2	3	2	2	2	3	4
380	1	2	2	2	2	3	4	2
381	4	4	5	5	3	4	5	5
382	1	1	2	1	1	1	1	2
383	2	1	3	4	2	5	3	3
384	2	4	3	3	4	2	2	2
385	4	2	5	2	4	5	2	4
386	5	5	5	4	4	5	4	4
387	5	5	5	5	5	5	4	5
388	1	1	1	1	2	1	1	2
389	4	4	5	3	4	2	5	4
390	2	3	4	4	4	5	4	2
391	3	3	2	3	3	2	2	4
392	2	1	2	1	1	1	2	1
393	4	1	2	3	4	2	3	2
394	2	3	2	4	1	2	2	3
395	3	1	1	3	2	1	1	2
396	4	3	1	3	2	1	3	1
397	4	4	3	5	4	5	4	4
398	1	1	1	1	1	1	1	1
399	4	5	4	5	2	5	3	2
400	4	5	4	3	4	3	4	5
401	1	1	1	1	1	1	1	2
402	2	4	3	4	2	2	2	2
403	4	5	4	4	5	5	5	4
404	2	4	2	2	4	2	2	2
405	4	4	4	5	4	4	5	4
406	5	4	5	5	4	4	5	5
407	1	1	1	1	1	1	1	1

408	1	2	1	1	2	1	1	2
409	4	5	5	5	5	5	5	5
410	2	2	1	2	2	1	2	2
411	5	5	5	5	5	5	5	5
412	1	1	1	1	1	1	1	1
413	5	4	4	3	5	3	3	3
414	1	1	1	1	2	3	1	1
415	5	4	3	5	5	4	5	4
416	5	5	5	5	5	5	4	5
417	1	1	1	1	1	1	1	2
418	2	3	2	2	4	4	2	1
419	4	2	2	4	4	4	3	3
420	2	1	1	2	3	4	1	2
421	3	1	2	2	1	3	3	2
422	4	3	3	2	2	1	4	4
423	1	3	2	2	2	4	2	4
424	3	1	2	3	2	3	2	3

No	<i>Financial Technology (X2)</i>			
	X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2
1	1	1	1	1
2	5	5	5	5
3	4	3	4	3
4	4	4	4	5
5	5	5	3	5
6	1	2	2	2
7	1	3	2	3
8	2	1	2	2
9	1	2	2	3
10	5	4	4	5
11	3	3	3	2
12	4	3	3	3
13	4	2	5	4
14	2	1	1	3
15	3	3	1	2
16	4	5	5	5
17	5	4	4	5
18	1	1	1	2
19	1	2	1	1
20	4	4	5	4
21	5	5	5	5
22	3	2	3	4
23	5	5	3	4
24	3	2	3	2
25	1	2	1	1

26	1	2	4	4
27	3	4	5	3
28	3	3	2	3
29	5	4	5	4
30	2	4	1	2
31	1	2	3	2
32	5	5	4	4
33	2	3	2	1
34	2	3	3	3
35	5	4	5	4
36	1	1	2	1
37	2	1	1	1
38	3	5	5	4
39	4	1	3	3
40	3	2	4	2
41	5	4	3	5
42	1	2	1	1
43	3	3	2	1
44	5	2	1	2
45	2	2	4	2
46	1	1	1	1
47	5	4	5	5
48	1	1	2	3
49	5	5	4	3
50	4	2	2	3
51	2	2	1	3
52	3	2	3	5
53	4	4	4	3
54	5	4	4	5
55	4	2	2	3
56	1	1	1	1
57	5	2	2	4
58	1	4	5	5
59	4	3	3	2
60	2	2	4	2
61	4	5	4	5
62	5	3	4	5
63	3	4	1	3
64	4	4	5	5
65	5	5	5	4
66	3	1	2	1
67	2	1	2	1
68	2	1	2	3
69	5	2	2	3
70	5	5	5	5
71	1	2	1	2

72	4	2	4	3
73	2	4	1	1
74	5	5	5	5
75	3	3	2	3
76	1	1	2	1
77	2	2	2	3
78	3	3	2	4
79	5	4	5	2
80	3	2	1	2
81	1	1	1	1
82	5	4	5	5
83	5	5	4	5
84	1	4	2	3
85	1	1	1	1
86	4	5	5	3
87	3	3	4	2
88	1	1	2	1
89	2	2	1	1
90	3	2	2	2
91	3	2	3	1
92	3	3	3	4
93	3	4	5	5
94	5	5	5	5
95	4	5	4	3
96	3	3	3	2
97	2	2	4	4
98	2	1	2	1
99	5	5	4	5
100	3	4	2	2
101	3	2	3	1
102	2	3	5	2
103	1	1	4	2
104	3	1	3	2
105	4	5	4	4
106	5	5	3	5
107	2	1	1	1
108	5	5	5	5
109	1	2	2	1
110	4	1	4	2
111	5	5	5	5
112	2	2	2	2
113	2	3	4	4
114	1	1	1	3
115	2	2	2	4
116	5	5	5	5
117	1	1	2	2

118	2	2	2	2
119	4	3	4	4
120	4	3	5	5
121	2	4	5	3
122	2	1	1	1
123	5	4	4	1
124	4	5	4	5
125	5	5	5	5
126	3	3	2	1
127	1	1	1	1
128	3	5	3	3
129	3	2	3	3
130	5	5	5	5
131	1	1	1	1
132	1	2	2	1
133	1	1	2	1
134	1	2	2	1
135	4	3	2	3
136	5	5	3	5
137	2	2	2	4
138	2	4	5	3
139	3	5	5	2
140	5	5	5	5
141	5	3	5	5
142	2	1	1	3
143	1	3	5	4
144	5	5	4	5
145	5	5	5	5
146	5	2	3	5
147	3	2	2	3
148	4	4	4	4
149	1	1	1	1
150	3	4	3	5
151	2	4	4	4
152	1	3	1	2
153	1	1	1	1
154	5	5	5	5
155	5	4	5	4
156	1	1	3	1
157	5	4	2	3
158	4	4	5	5
159	4	4	3	3
160	3	3	3	3
161	3	3	2	2
162	2	3	2	3
163	3	1	3	4

164	4	1	3	2
165	1	1	2	2
166	4	3	4	3
167	2	1	3	2
168	3	5	5	5
169	3	4	3	3
170	2	2	4	3
171	5	5	5	4
172	1	2	1	1
173	2	3	1	4
174	5	3	4	5
175	2	2	3	2
176	5	3	5	4
177	2	2	1	2
178	3	4	5	4
179	3	5	3	2
180	3	3	2	1
181	1	1	2	1
182	2	3	2	3
183	2	2	1	2
184	2	4	1	1
185	4	4	3	2
186	2	1	1	1
187	2	2	3	1
188	3	2	4	2
189	3	1	1	3
190	4	4	4	2
191	2	3	3	3
192	4	5	5	4
193	4	4	5	4
194	4	3	1	4
195	1	1	3	1
196	2	1	1	1
197	2	3	1	1
198	1	2	3	1
199	1	1	1	1
200	3	4	2	2
201	5	3	4	2
202	3	3	2	2
203	2	2	2	2
204	2	3	4	4
205	4	2	4	4
206	2	2	1	5
207	2	3	2	3
208	2	1	1	2
209	1	1	1	3

210	1	1	1	1
211	5	5	4	5
212	3	1	2	4
213	4	5	5	5
214	1	2	1	3
215	3	4	5	5
216	1	2	1	1
217	3	5	5	5
218	5	5	5	5
219	5	2	3	3
220	5	4	5	3
221	1	2	4	2
222	2	3	2	1
223	5	5	5	5
224	3	2	3	3
225	3	3	1	1
226	2	3	2	4
227	1	1	1	1
228	1	2	2	5
229	4	4	5	3
230	1	2	1	1
231	5	5	5	5
232	3	2	3	3
233	1	2	1	1
234	3	2	3	4
235	3	1	2	2
236	3	3	2	4
237	5	5	5	5
238	5	5	5	4
239	3	2	4	5
240	2	1	3	4
241	5	5	5	5
242	4	2	5	5
243	4	4	3	4
244	2	3	4	2
245	2	2	3	1
246	5	5	4	1
247	3	3	3	2
248	4	4	3	4
249	2	2	3	1
250	3	3	2	2
251	2	5	4	4
252	1	2	2	1
253	3	2	3	5
254	2	1	1	1
255	4	3	3	5

256	5	5	5	5
257	2	4	3	4
258	2	2	1	2
259	2	5	4	4
260	1	2	1	2
261	2	3	3	1
262	4	5	5	4
263	3	4	4	4
264	1	1	1	2
265	1	1	1	2
266	1	2	1	1
267	4	5	4	4
268	4	5	4	4
269	5	5	4	4
270	4	2	1	3
271	1	1	1	1
272	1	1	1	1
273	2	3	4	3
274	1	1	1	1
275	1	1	1	1
276	1	5	4	2
277	1	3	3	2
278	5	5	4	4
279	5	5	5	5
280	4	3	4	4
281	2	5	5	5
282	2	2	3	2
283	4	4	4	4
284	4	5	5	4
285	2	3	2	3
286	1	1	1	3
287	3	2	4	2
288	5	3	4	5
289	5	5	5	5
290	5	5	3	5
291	4	1	2	3
292	5	5	3	5
293	3	2	1	3
294	2	4	3	5
295	4	4	5	5
296	5	5	5	5
297	1	1	3	1
298	4	5	5	5
299	5	5	5	5
300	3	3	3	3
301	3	4	4	3

302	4	4	3	2
303	2	2	2	3
304	4	3	3	3
305	4	3	4	5
306	1	2	1	2
307	2	3	3	2
308	1	1	2	2
309	1	1	2	1
310	1	1	1	1
311	4	3	4	4
312	5	3	4	3
313	2	4	1	1
314	1	2	1	1
315	5	4	5	3
316	4	4	4	5
317	2	1	2	3
318	5	4	5	4
319	1	2	5	2
320	1	1	1	1
321	3	4	3	3
322	2	3	2	2
323	4	4	3	5
324	1	4	2	1
325	4	5	2	4
326	3	5	4	4
327	5	3	5	4
328	4	4	3	2
329	4	5	4	5
330	4	1	3	4
331	3	4	4	4
332	5	5	5	5
333	4	3	2	4
334	1	1	2	1
335	4	2	2	3
336	2	2	3	2
337	4	3	3	3
338	2	4	3	4
339	5	5	4	4
340	2	5	1	2
341	5	5	5	5
342	4	4	4	4
343	3	3	1	3
344	3	4	4	5
345	1	3	3	2
346	2	4	3	5
347	1	2	1	3

348	3	4	5	3
349	3	2	3	4
350	2	3	3	3
351	3	5	5	4
352	1	1	2	1
353	3	2	1	3
354	1	1	1	1
355	1	3	1	1
356	2	1	2	1
357	4	5	3	5
358	2	2	4	1
359	2	1	4	2
360	5	3	4	4
361	4	4	2	3
362	2	1	1	4
363	2	3	1	2
364	4	4	3	5
365	1	1	1	1
366	4	4	5	2
367	4	4	5	4
368	4	4	2	3
369	2	3	1	1
370	2	2	1	1
371	1	1	1	3
372	4	4	4	4
373	5	5	5	3
374	1	3	3	2
375	2	2	3	2
376	3	4	3	2
377	5	5	4	5
378	2	4	3	4
379	4	5	4	4
380	4	4	4	3
381	5	4	4	4
382	2	1	2	4
383	4	5	2	1
384	3	4	3	2
385	5	5	4	4
386	5	5	5	5
387	5	5	5	5
388	2	2	4	2
389	1	1	1	1
390	2	3	3	3
391	4	4	4	4
392	3	1	2	2
393	2	1	4	4

394	4	3	3	3
395	3	1	1	1
396	5	5	5	5
397	3	3	2	4
398	5	5	5	5
399	5	5	4	5
400	5	1	3	3
401	3	4	2	2
402	5	3	4	4
403	3	2	5	4
404	2	1	3	4
405	4	5	4	4
406	3	4	2	3
407	1	3	2	2
408	2	1	2	1
409	3	2	2	2
410	3	3	2	3
411	5	5	5	5
412	1	1	1	3
413	5	3	3	4
414	4	4	5	3
415	2	2	4	3
416	4	4	4	2
417	5	4	5	5
418	5	4	4	4
419	5	5	5	5
420	2	2	2	1
421	3	1	1	3
422	3	4	3	2
423	1	1	1	1
424	1	3	1	1

No	Gaya Hidup (X3)					
	X3.1.1	X3.1.2	X3.2.1	X3.2.2	X3.3.1	X3.3.2
1	2	1	2	2	1	3
2	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	2	5
4	3	5	5	5	5	4
5	1	3	1	1	1	1
6	4	5	4	4	4	5
7	3	5	5	4	3	5
8	4	1	4	4	4	3
9	3	4	3	3	2	2
10	4	3	4	4	3	3
11	4	5	4	4	3	3

12	4	3	3	3	3	3
13	2	1	1	1	1	1
14	1	1	1	1	2	1
15	4	3	3	4	3	4
16	3	4	5	3	5	3
17	5	5	5	5	5	5
18	1	3	2	2	2	2
19	4	4	4	2	3	3
20	4	4	4	4	5	4
21	2	3	2	1	3	4
22	2	2	1	1	1	1
23	1	2	1	2	1	1
24	4	3	1	3	2	2
25	3	3	4	3	4	4
26	1	1	3	1	2	1
27	4	5	4	5	5	5
28	4	5	3	5	5	5
29	5	5	4	5	3	4
30	3	4	2	5	4	3
31	4	4	4	3	5	5
32	3	4	4	4	5	4
33	4	4	3	4	5	5
34	3	2	2	2	1	1
35	5	5	5	4	5	5
36	4	5	5	5	4	4
37	2	2	2	3	2	2
38	5	5	5	5	5	5
39	4	2	2	3	5	5
40	1	3	2	3	3	5
41	4	5	5	5	3	5
42	2	3	2	4	2	2
43	5	5	5	5	5	4
44	5	2	3	3	2	4
45	2	3	2	2	1	4
46	1	1	3	2	1	1
47	3	2	3	3	3	3
48	2	1	2	2	3	1
49	5	5	5	5	5	4
50	2	2	4	4	4	4
51	1	3	3	2	1	3
52	5	5	5	5	5	5
53	1	2	1	1	1	1
54	3	3	4	4	3	5
55	5	3	4	3	4	4
56	1	2	1	1	1	1
57	1	1	1	2	1	2

58	2	1	2	3	2	2
59	2	2	3	3	2	2
60	4	3	4	4	2	3
61	5	3	4	5	2	4
62	2	2	2	3	2	2
63	5	5	5	5	5	5
64	5	4	5	4	5	3
65	5	5	5	5	5	5
66	4	4	5	5	5	4
67	5	4	4	4	3	5
68	1	2	2	3	3	2
69	2	3	2	1	1	2
70	5	4	4	4	5	5
71	2	3	3	3	3	2
72	3	4	5	4	5	5
73	2	2	3	5	4	3
74	3	3	5	3	2	3
75	4	4	2	3	4	3
76	3	5	3	3	4	4
77	5	3	5	2	3	2
78	3	5	3	4	4	4
79	3	5	5	5	5	5
80	3	2	3	2	3	3
81	1	1	1	1	1	1
82	3	3	3	3	2	3
83	3	4	2	3	4	3
84	2	3	1	3	1	2
85	2	3	2	4	3	3
86	4	4	4	4	5	5
87	1	5	2	2	2	2
88	1	1	1	1	1	1
89	4	4	3	4	2	3
90	4	4	4	4	2	4
91	1	1	1	1	2	1
92	4	3	4	2	3	4
93	3	5	5	5	4	2
94	5	4	4	3	4	4
95	2	2	2	2	2	3
96	2	1	1	3	3	2
97	2	1	1	2	1	3
98	3	3	3	2	4	3
99	2	2	1	1	2	1
100	2	1	1	1	2	1
101	5	2	3	4	3	4
102	5	5	4	5	5	4
103	5	3	4	4	4	4

104	2	2	2	2	2	2
105	4	4	4	4	4	4
106	5	5	4	5	4	4
107	3	3	1	4	3	3
108	5	4	4	5	4	4
109	3	4	2	5	4	2
110	2	1	3	2	3	2
111	4	5	5	5	5	5
112	4	5	5	5	5	5
113	1	1	1	2	1	1
114	2	4	3	1	4	2
115	5	5	4	5	3	5
116	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	5	5	5
118	1	1	2	1	1	1
119	5	5	5	4	4	5
120	5	3	5	5	4	5
121	1	1	1	1	1	1
122	1	1	1	1	2	1
123	3	1	1	2	1	2
124	1	2	2	1	1	2
125	4	3	5	4	4	5
126	1	1	1	1	1	1
127	4	5	3	2	4	3
128	1	1	1	1	2	2
129	5	4	5	5	4	5
130	3	4	2	3	3	2
131	2	2	1	1	1	1
132	3	2	2	3	3	3
133	1	4	3	1	2	3
134	1	3	1	3	2	2
135	3	4	2	2	5	5
136	4	4	5	4	1	2
137	2	2	3	3	3	2
138	3	4	2	3	3	4
139	5	5	5	4	5	5
140	4	5	5	5	5	5
141	4	2	4	4	4	2
142	3	2	2	3	5	2
143	1	1	1	1	1	1
144	3	5	5	4	2	3
145	5	5	5	5	5	5
146	5	3	3	2	4	2
147	3	2	1	1	3	1
148	1	2	1	3	2	1
149	3	3	2	1	3	4

150	3	4	5	4	4	4
151	3	2	1	3	3	3
152	4	4	5	5	5	1
153	1	1	2	2	2	2
154	3	3	4	4	4	4
155	1	1	1	2	2	2
156	5	5	5	5	5	5
157	4	4	3	3	3	3
158	2	4	1	1	2	1
159	1	3	1	3	3	3
160	5	5	3	2	5	5
161	5	4	5	4	5	5
162	4	5	4	4	4	5
163	1	1	3	2	2	2
164	4	4	3	3	5	2
165	1	2	1	2	1	1
166	2	1	3	1	1	2
167	4	5	5	5	5	4
168	1	2	3	3	1	1
169	2	2	3	1	1	3
170	4	5	4	4	3	3
171	1	1	2	3	1	1
172	3	5	4	5	5	4
173	2	1	1	2	2	2
174	5	3	4	4	4	4
175	4	2	3	2	2	4
176	1	1	1	1	1	1
177	4	1	3	3	4	2
178	4	5	3	4	4	4
179	4	2	3	3	3	3
180	5	4	4	5	4	5
181	5	4	5	4	4	5
182	1	2	1	1	1	1
183	1	1	1	1	1	2
184	1	1	1	1	1	1
185	3	3	5	4	2	4
186	1	1	3	3	4	2
187	2	1	1	3	2	3
188	1	1	1	1	1	1
189	5	5	4	5	4	5
190	3	3	4	4	4	2
191	1	1	1	1	1	1
192	5	5	4	5	5	5
193	5	5	5	5	5	5
194	4	4	4	3	3	2
195	1	3	4	1	2	3

196	2	2	3	2	3	2
197	3	2	1	1	2	2
198	5	5	5	5	5	5
199	3	2	1	2	1	1
200	3	1	3	4	4	3
201	3	4	1	1	1	2
202	2	2	3	2	2	1
203	3	3	4	3	4	2
204	1	4	3	2	4	2
205	2	1	2	1	2	1
206	4	1	4	2	2	2
207	3	5	2	3	2	5
208	1	1	1	2	1	1
209	2	3	4	3	4	4
210	3	3	3	2	3	3
211	3	2	2	3	3	2
212	1	1	1	1	1	1
213	3	3	5	4	4	5
214	3	4	4	3	3	3
215	3	2	4	3	2	4
216	2	3	2	3	2	4
217	1	2	2	2	3	2
218	3	3	3	5	4	2
219	3	4	2	3	4	1
220	4	3	2	4	1	3
221	2	4	2	3	4	4
222	3	1	1	1	1	1
223	5	5	3	5	5	5
224	1	1	1	1	2	1
225	2	3	3	4	4	4
226	2	3	2	3	2	2
227	2	2	3	3	2	2
228	3	3	3	2	3	3
229	2	2	4	4	5	4
230	5	4	5	5	5	4
231	5	5	5	5	5	5
232	1	2	2	2	3	1
233	5	5	3	4	4	5
234	1	4	4	4	3	5
235	1	1	1	1	1	1
236	3	3	2	4	2	3
237	4	2	2	2	2	3
238	2	1	1	3	1	1
239	4	2	1	3	3	2
240	5	3	4	4	5	5
241	3	4	5	5	5	4

242	3	3	3	3	3	4
243	3	4	2	1	4	3
244	4	5	4	5	4	4
245	5	4	4	4	4	5
246	1	2	1	2	1	2
247	5	4	5	5	5	5
248	2	1	3	1	3	2
249	5	2	3	3	2	2
250	4	2	1	2	2	3
251	3	4	4	4	3	5
252	1	1	1	2	1	1
253	1	1	1	1	1	1
254	4	4	4	2	4	4
255	4	3	5	2	3	2
256	4	2	5	5	5	4
257	5	5	5	5	5	4
258	5	3	5	5	5	5
259	5	4	5	4	5	5
260	1	1	1	1	1	1
261	4	5	3	3	5	3
262	4	5	4	3	3	4
263	5	5	5	5	5	5
264	5	4	3	5	5	5
265	1	3	4	1	2	3
266	2	3	3	3	2	4
267	4	5	4	5	5	3
268	5	5	5	5	5	4
269	3	4	5	4	4	4
270	5	5	5	5	5	5
271	2	2	3	3	3	3
272	2	2	2	1	1	1
273	1	2	2	1	1	1
274	1	2	3	1	1	2
275	2	3	1	2	2	2
276	2	3	3	2	2	2
277	3	1	1	2	2	3
278	5	5	4	5	4	5
279	1	1	1	1	1	1
280	4	4	5	4	3	4
281	4	1	4	2	2	3
282	1	1	1	1	1	2
283	2	3	3	2	4	3
284	1	2	1	3	3	1
285	3	3	4	1	5	4
286	3	3	3	2	3	3
287	4	4	3	3	2	4

288	2	4	3	3	3	3
289	5	5	5	4	5	5
290	4	4	4	4	3	4
291	4	3	2	2	2	3
292	5	4	4	5	4	5
293	4	4	3	4	5	4
294	5	5	4	5	5	5
295	5	5	3	5	4	5
296	3	5	3	4	4	3
297	1	1	1	1	1	1
298	4	5	5	4	3	5
299	2	3	2	1	3	1
300	1	2	1	2	2	1
301	2	2	3	1	1	2
302	2	2	3	4	2	4
303	5	5	5	5	5	5
304	4	4	4	4	5	4
305	1	2	1	2	1	2
306	1	1	2	1	2	1
307	1	2	1	3	3	1
308	4	5	4	4	4	5
309	2	2	3	3	1	2
310	2	1	1	1	1	1
311	3	3	2	1	2	4
312	3	2	5	5	3	3
313	4	4	5	5	5	4
314	4	4	3	3	5	3
315	2	5	2	3	2	4
316	2	2	3	5	5	4
317	4	2	4	2	2	2
318	1	2	2	1	2	2
319	3	1	2	2	1	2
320	4	4	4	5	3	3
321	3	1	2	1	1	2
322	3	1	2	3	2	1
323	4	3	3	4	4	4
324	5	5	5	5	4	5
325	4	3	1	2	3	4
326	1	1	1	2	1	1
327	3	4	3	3	4	4
328	3	1	2	2	2	3
329	4	5	5	5	5	5
330	5	4	5	5	4	4
331	2	2	2	2	2	2
332	1	1	3	2	3	2
333	2	2	1	1	1	1

334	3	4	5	5	3	2
335	3	4	5	5	5	4
336	2	4	3	2	3	3
337	5	5	5	5	5	5
338	3	4	2	4	5	3
339	5	5	4	5	5	5
340	5	4	4	5	4	5
341	5	5	5	5	4	5
342	1	2	2	2	1	1
343	5	5	5	5	5	4
344	5	5	5	5	5	5
345	4	5	4	5	4	5
346	2	2	3	2	3	3
347	1	2	2	4	4	4
348	1	1	1	1	1	1
349	5	2	4	3	5	5
350	1	1	1	2	2	1
351	4	4	5	3	2	2
352	1	1	2	1	2	2
353	2	2	2	2	1	1
354	4	4	4	4	2	4
355	1	2	2	1	1	2
356	4	5	5	2	4	4
357	5	3	5	3	2	4
358	2	3	2	1	3	2
359	5	5	5	5	5	5
360	3	4	4	3	3	2
361	2	1	3	2	1	2
362	2	3	2	1	1	1
363	4	1	2	4	2	3
364	1	1	1	1	1	2
365	3	3	3	1	2	2
366	2	3	2	2	3	1
367	4	3	5	4	4	3
368	1	1	1	2	1	1
369	2	2	3	3	1	3
370	1	1	1	1	1	1
371	3	4	5	3	2	2
372	1	2	1	1	1	1
373	3	3	4	3	2	5
374	3	4	5	4	4	3
375	3	1	1	1	2	2
376	1	1	2	1	1	1
377	2	2	2	3	2	1
378	1	3	1	2	2	1
379	1	1	3	3	2	1

380	3	4	3	4	5	5
381	2	2	3	3	4	3
382	2	4	4	2	3	3
383	1	1	1	2	1	2
384	3	2	4	3	3	2
385	2	3	3	4	3	3
386	5	5	5	5	5	5
387	5	3	3	5	5	3
388	2	3	4	4	3	3
389	1	1	1	1	1	1
390	4	3	5	4	3	4
391	4	5	4	4	4	5
392	4	4	4	3	3	4
393	1	2	2	2	4	1
394	1	2	2	2	1	1
395	1	3	1	1	1	1
396	1	2	2	2	4	1
397	3	3	2	3	3	3
398	4	5	4	5	5	5
399	1	2	1	1	2	1
400	3	1	4	3	5	4
401	5	5	5	5	4	5
402	2	2	1	2	2	2
403	1	2	3	2	2	3
404	4	4	4	5	5	5
405	5	5	5	5	5	4
406	3	1	3	3	3	3
407	1	1	2	1	1	1
408	5	4	5	4	4	5
409	3	4	4	3	4	4
410	1	1	2	1	1	1
411	5	4	3	3	5	5
412	2	4	2	2	3	2
413	4	4	3	3	2	1
414	4	3	4	4	4	3
415	2	3	2	2	2	3
416	4	5	3	1	3	3
417	1	2	1	1	1	1
418	5	5	3	4	5	4
419	5	5	5	5	3	4
420	5	5	5	4	5	4
421	1	1	1	1	1	2
422	3	1	1	1	1	2
423	2	3	2	1	4	3
424	1	1	1	1	1	1

No	<i>Self-Contrl (Z)</i>					
	Z1.1.1	Z1.1.2	Z1.2.1	Z1.2.2	Z1.3.1	Z1.3.2
1	4	5	2	4	5	3
2	4	2	3	3	3	3
3	1	4	4	3	3	4
4	2	3	1	1	1	1
5	2	1	1	3	2	3
6	3	5	5	4	5	4
7	1	2	5	3	3	2
8	5	5	5	5	5	5
9	4	4	3	5	4	5
10	2	1	1	1	1	1
11	2	1	1	1	1	2
12	1	2	1	3	1	4
13	2	4	3	1	2	1
14	1	2	2	2	1	2
15	4	3	3	4	3	4
16	3	3	1	2	4	3
17	1	2	1	2	1	2
18	5	2	4	3	4	4
19	4	4	4	5	4	4
20	2	5	5	1	4	3
21	5	5	5	5	3	4
22	5	4	5	5	5	4
23	2	5	2	4	2	3
24	3	5	4	3	4	2
25	4	2	4	3	3	4
26	5	2	4	4	4	3
27	2	2	3	2	1	1
28	5	5	5	5	5	5
29	3	2	4	3	2	3
30	1	1	1	2	1	1
31	1	4	2	1	2	2
32	4	2	2	2	3	4
33	3	2	2	1	2	3
34	5	5	4	4	3	4
35	1	4	4	2	2	2
36	5	4	4	4	4	5
37	4	2	3	2	3	1
38	2	1	1	1	4	1
39	3	3	2	3	3	4
40	3	3	5	2	4	3
41	4	5	5	5	4	4
42	3	2	1	1	1	2
43	4	4	2	2	3	5
44	4	4	5	5	5	5

45	1	1	2	3	1	2
46	4	3	5	4	3	3
47	2	1	1	4	1	1
48	1	3	2	1	1	1
49	3	4	5	2	4	3
50	2	1	1	3	1	1
51	1	2	1	1	2	1
52	2	1	1	2	2	1
53	1	1	1	1	1	1
54	3	3	4	4	5	3
55	1	2	1	3	2	1
56	5	5	5	5	4	5
57	5	4	5	5	5	5
58	2	4	1	1	2	2
59	3	3	3	4	4	4
60	3	2	3	2	2	2
61	5	5	5	4	4	5
62	1	2	1	1	1	1
63	1	1	4	4	5	2
64	2	1	1	1	1	1
65	1	1	2	2	1	1
66	4	4	5	4	3	4
67	4	3	5	4	2	4
68	3	4	4	3	4	3
69	2	2	4	1	4	4
70	1	1	5	2	4	2
71	5	3	4	5	5	3
72	4	3	2	3	4	1
73	1	2	3	5	2	2
74	5	3	3	1	3	3
75	5	2	4	3	5	4
76	1	1	1	1	1	1
77	3	5	5	5	3	5
78	5	5	5	4	5	4
79	1	1	1	1	2	1
80	5	4	5	5	5	5
81	5	3	5	4	4	4
82	1	2	2	4	3	1
83	5	3	4	3	5	3
84	2	3	3	1	5	3
85	5	5	5	5	5	5
86	2	5	3	3	4	3
87	3	5	3	5	5	4
88	5	3	4	4	5	3
89	5	5	3	4	4	5
90	5	3	5	3	3	5

91	5	5	5	5	5	5
92	5	5	5	5	5	5
93	3	1	2	1	1	2
94	4	3	2	2	3	4
95	1	3	3	2	1	1
96	2	3	2	3	3	2
97	2	3	2	3	5	4
98	1	1	2	2	1	2
99	1	1	1	1	1	1
100	2	1	2	1	2	3
101	2	3	3	4	3	4
102	1	3	1	2	2	2
103	3	3	2	5	5	4
104	3	3	2	3	2	5
105	4	5	3	3	4	3
106	1	2	1	1	2	2
107	5	5	5	5	5	5
108	1	2	1	1	2	1
109	4	2	1	3	3	3
110	4	3	2	4	2	4
111	4	2	3	3	4	2
112	2	5	4	4	4	5
113	4	4	4	5	5	5
114	3	5	5	5	4	3
115	2	3	4	4	4	5
116	2	3	2	1	1	3
117	5	2	3	2	5	4
118	4	3	5	3	5	4
119	1	1	2	2	1	2
120	1	1	1	1	1	3
121	4	4	4	3	1	5
122	5	5	5	5	5	4
123	2	4	2	4	3	4
124	3	4	5	4	3	3
125	4	5	4	5	5	5
126	1	4	2	2	3	3
127	2	5	4	5	5	4
128	1	1	1	1	1	2
129	5	3	5	2	2	4
130	3	2	2	2	2	2
131	3	3	5	1	3	4
132	5	3	2	2	4	2
133	4	3	4	3	1	2
134	5	5	4	5	5	5
135	2	3	3	3	1	1
136	4	5	5	4	5	5

137	2	1	1	2	4	2
138	2	1	3	1	1	1
139	3	3	3	4	2	5
140	5	4	5	5	5	5
141	3	2	2	3	2	2
142	5	3	5	5	5	5
143	2	4	4	5	4	3
144	1	2	1	2	1	1
145	1	1	1	1	1	1
146	2	4	1	2	2	2
147	1	1	1	1	1	1
148	4	3	2	1	4	3
149	2	4	4	2	2	2
150	1	3	3	2	2	2
151	5	5	5	5	4	5
152	1	1	3	1	1	1
153	1	3	1	3	2	4
154	1	1	1	1	2	1
155	4	4	5	5	5	5
156	3	2	3	4	5	3
157	3	4	2	4	2	4
158	4	4	4	3	2	4
159	5	4	5	5	4	5
160	2	2	4	4	2	1
161	2	4	4	2	1	4
162	3	2	4	1	4	3
163	5	5	5	5	5	5
164	4	4	4	5	4	4
165	3	1	1	3	1	1
166	5	2	2	4	4	4
167	4	1	1	1	5	2
168	3	1	2	1	1	3
169	3	5	3	5	3	3
170	4	4	4	1	5	2
171	4	2	3	5	2	4
172	1	1	4	1	1	2
173	4	4	4	5	4	4
174	3	4	3	5	5	4
175	2	3	1	1	3	2
176	2	2	5	5	1	3
177	5	5	4	5	5	5
178	5	4	5	4	4	5
179	4	2	4	4	4	2
180	3	3	2	4	2	4
181	1	3	5	2	1	3
182	4	2	4	3	5	5

183	3	2	2	2	3	3
184	4	5	5	3	5	5
185	3	1	3	2	2	1
186	1	1	1	1	1	1
187	1	2	1	2	1	2
188	5	4	5	5	4	5
189	4	3	2	4	4	4
190	2	1	3	2	4	2
191	5	5	5	4	3	4
192	5	3	3	4	1	3
193	4	4	2	3	2	2
194	4	5	5	3	4	5
195	5	5	5	5	4	5
196	1	4	2	3	1	2
197	4	1	1	2	1	3
198	2	1	2	3	3	2
199	5	4	4	5	5	3
200	2	3	2	3	2	4
201	1	2	3	3	3	2
202	2	2	4	3	3	2
203	5	3	2	2	2	4
204	3	4	2	4	4	5
205	1	1	2	1	2	2
206	3	2	1	1	3	4
207	5	4	4	5	5	4
208	4	4	5	4	3	3
209	2	4	3	4	2	2
210	5	5	4	4	5	5
211	5	4	3	4	5	2
212	4	5	3	5	5	5
213	5	3	3	3	4	5
214	1	1	1	2	1	2
215	3	2	4	4	3	3
216	1	1	1	1	1	2
217	4	2	4	2	1	4
218	5	4	5	5	3	3
219	2	1	2	1	3	1
220	1	1	2	1	3	3
221	3	3	4	3	1	2
222	4	3	4	4	4	2
223	2	3	3	3	4	2
224	4	2	3	5	2	3
225	5	5	4	5	2	4
226	5	4	4	3	2	5
227	2	2	1	4	3	4
228	3	3	2	2	3	4

229	2	3	3	3	1	1
230	2	2	2	2	1	3
231	3	2	3	3	1	1
232	3	5	3	4	4	2
233	5	5	5	5	5	5
234	1	1	1	1	1	1
235	5	5	5	5	5	4
236	3	4	4	3	4	5
237	2	3	3	4	4	3
238	3	5	5	4	5	5
239	5	5	4	5	5	2
240	2	2	3	2	2	4
241	1	1	1	1	2	1
242	4	5	4	5	5	5
243	4	5	4	5	4	1
244	5	5	5	5	5	5
245	5	5	5	5	5	5
246	3	3	3	2	4	2
247	1	2	2	2	1	4
248	4	2	5	2	5	4
249	2	1	1	1	1	1
250	4	5	4	3	5	5
251	5	5	5	5	5	4
252	3	5	4	2	3	4
253	5	4	5	5	5	5
254	4	3	2	4	2	3
255	2	2	1	4	5	2
256	1	1	1	1	1	1
257	2	1	1	2	1	2
258	4	5	5	5	5	3
259	2	1	1	1	1	1
260	1	1	2	1	1	1
261	3	3	2	2	3	2
262	3	3	3	2	4	1
263	2	3	2	3	2	2
264	3	2	3	3	4	2
265	5	5	3	5	4	5
266	5	5	5	2	4	4
267	2	2	1	2	1	2
268	2	2	2	2	5	2
269	4	4	4	2	3	5
270	2	2	1	3	2	1
271	3	5	4	4	3	5
272	2	1	5	3	2	1
273	2	4	3	3	3	5
274	3	4	2	5	4	3

275	5	4	4	3	3	5
276	4	5	4	4	3	5
277	2	2	1	2	4	4
278	3	1	2	1	1	2
279	4	4	5	4	2	2
280	4	3	2	3	2	2
281	2	2	2	1	2	1
282	4	5	3	5	5	3
283	1	1	1	1	1	1
284	4	3	5	3	4	3
285	4	5	5	4	3	5
286	4	5	5	4	4	5
287	2	1	1	3	2	1
288	5	4	2	3	3	5
289	4	4	4	5	2	4
290	4	5	4	5	5	5
291	2	1	2	1	1	1
292	1	1	4	2	2	2
293	3	3	4	4	4	1
294	1	1	1	1	1	1
295	3	1	1	2	2	1
296	3	3	3	4	2	3
297	5	4	3	4	4	4
298	1	1	1	1	1	1
299	1	2	3	2	1	1
300	5	4	5	5	4	5
301	3	2	2	2	2	2
302	5	5	5	5	5	5
303	2	3	4	3	2	3
304	1	1	1	2	2	1
305	1	1	1	3	1	1
306	2	2	1	1	1	1
307	2	3	2	4	2	4
308	1	1	1	1	1	2
309	4	3	3	2	3	5
310	5	5	5	5	5	5
311	4	5	5	3	4	4
312	4	5	3	5	3	3
313	1	2	1	1	1	1
314	1	1	1	2	2	1
315	5	4	5	5	3	4
316	2	2	2	1	3	1
317	4	4	5	5	2	1
318	5	5	5	5	5	5
319	4	3	3	3	3	2
320	4	3	2	3	4	4

321	5	5	5	5	5	5
322	5	5	4	5	5	4
323	3	2	1	2	2	3
324	1	1	3	2	3	1
325	4	4	4	4	3	4
326	4	3	2	4	5	4
327	2	1	2	2	3	5
328	5	4	2	4	4	3
329	2	3	4	2	3	3
330	4	5	3	2	4	4
331	4	5	3	3	3	4
332	3	3	5	5	4	5
333	3	3	2	3	2	4
334	2	4	3	2	2	2
335	4	4	3	4	4	3
336	4	5	5	5	5	5
337	4	4	4	4	4	4
338	1	2	2	3	3	1
339	2	3	1	1	2	3
340	4	4	4	3	5	3
341	1	2	2	2	2	3
342	1	1	1	1	1	3
343	4	4	1	2	5	3
344	2	1	3	1	4	2
345	3	2	4	3	2	1
346	4	4	2	4	3	3
347	2	2	5	4	2	4
348	2	3	1	3	1	2
349	4	4	4	1	4	1
350	5	5	5	5	5	5
351	1	1	2	2	2	1
352	5	4	3	2	2	1
353	3	1	3	1	2	2
354	5	5	5	3	5	5
355	5	5	5	5	5	5
356	3	1	3	2	3	1
357	1	2	4	1	1	3
358	2	4	2	1	1	1
359	2	4	2	2	3	3
360	1	2	4	1	3	2
361	1	1	1	1	1	1
362	4	5	2	5	5	3
363	2	2	4	4	4	3
364	2	1	1	1	3	1
365	1	1	3	2	2	2
366	2	3	2	1	3	3

367	2	3	3	2	3	3
368	4	4	4	4	3	4
369	2	2	3	3	2	2
370	5	5	3	3	2	5
371	4	2	4	4	3	3
372	2	5	4	3	4	3
373	1	1	3	1	1	1
374	3	4	3	4	3	3
375	2	1	2	1	3	1
376	3	4	1	2	3	3
377	4	4	4	4	5	5
378	3	2	3	3	3	3
379	1	2	1	2	2	4
380	3	2	4	1	1	2
381	3	3	4	2	3	2
382	1	1	1	2	1	3
383	4	3	3	3	5	3
384	4	3	3	2	3	2
385	2	1	3	1	1	1
386	3	4	4	5	5	5
387	3	2	4	4	4	4
388	3	1	1	1	4	2
389	5	5	4	4	5	3
390	1	2	3	3	2	2
391	1	1	1	1	1	1
392	3	4	2	2	2	2
393	3	3	3	4	4	3
394	5	3	2	4	4	4
395	4	5	5	4	4	3
396	1	1	1	1	2	1
397	4	4	5	5	5	5
398	1	1	1	2	1	1
399	5	4	3	4	3	4
400	2	4	1	4	1	2
401	1	1	1	1	1	1
402	2	2	2	3	3	2
403	5	5	5	5	3	4
404	1	2	2	4	1	2
405	2	3	3	2	2	5
406	3	4	5	3	4	5
407	4	5	4	5	5	4
408	1	3	2	2	2	1
409	4	5	3	4	5	5
410	1	2	3	1	2	3
411	5	4	5	4	2	5
412	3	4	3	3	1	5

30	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5
31	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5
32	3	3	2	2	5	2	2	3	3	3
33	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5
34	1	1	2	1	2	4	3	2	1	3
35	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
36	2	2	1	3	4	3	2	2	2	3
37	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	1	2	3	2	4	4	3	3	3
40	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3
41	2	3	2	3	3	3	3	3	1	5
42	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4
43	3	4	3	5	3	4	4	3	4	4
44	2	2	2	4	1	5	4	4	5	3
45	2	3	4	4	4	2	3	4	4	3
46	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
48	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5
49	4	3	5	4	4	5	4	3	5	3
50	4	4	3	2	5	3	4	4	2	4
51	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	5	5	4	4	4	3	2	4	4
54	5	4	5	3	4	4	2	3	4	5
55	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2
56	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1
59	1	3	2	3	1	2	3	3	2	2
60	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2
61	1	1	1	3	2	2	1	2	1	1
62	4	3	3	3	3	3	4	2	4	5
63	2	5	3	5	5	4	4	4	3	3
64	5	4	2	4	5	2	2	3	4	1
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
67	4	4	3	5	3	4	4	5	4	5
68	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1
69	2	4	4	5	3	5	3	5	3	3
70	5	3	4	3	5	3	5	5	5	4
71	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1
72	3	5	4	3	3	5	4	4	4	3
73	2	4	4	3	2	3	4	3	4	5
74	3	2	1	4	1	4	2	2	2	2
75	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3

76	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5
77	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2
78	4	3	3	2	4	3	2	4	3	2
79	3	4	5	4	4	3	3	2	3	3
80	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
82	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3
83	3	3	4	2	5	3	3	2	3	3
84	1	5	4	5	3	4	5	4	5	4
85	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
86	2	4	5	4	3	5	5	2	4	4
87	2	2	3	4	3	2	2	1	1	3
88	1	1	1	1	1	1	2	1	3	3
89	3	3	5	3	3	2	1	4	4	2
90	4	4	5	4	4	3	4	3	3	2
91	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2
92	2	3	2	1	3	2	2	2	2	1
93	2	2	3	5	4	2	3	2	2	4
94	2	3	2	1	4	3	4	3	1	4
95	2	3	3	4	4	3	5	3	3	3
96	5	2	4	2	4	3	3	3	3	5
97	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1
98	4	5	2	2	5	2	3	2	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4
101	2	2	2	4	3	3	2	3	4	3
102	5	3	5	5	5	4	5	5	3	5
103	1	3	3	2	1	2	2	1	1	2
104	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
105	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
106	5	2	5	4	5	5	5	4	3	5
107	1	2	3	3	2	1	2	2	1	2
108	4	4	5	4	4	2	5	4	5	5
109	3	3	3	4	5	1	4	3	4	4
110	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2
111	4	3	4	5	3	3	5	4	2	5
112	5	5	4	4	4	2	5	3	3	5
113	5	5	5	4	5	2	2	3	4	2
114	2	4	4	3	4	1	4	2	3	2
115	5	2	2	4	2	1	5	2	2	4
116	2	4	5	5	5	5	5	4	5	4
117	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5
118	3	2	2	1	2	1	2	3	1	2
119	4	4	4	4	5	5	5	5	2	5
120	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3
121	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2

122	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1
123	5	3	3	4	3	3	4	5	1	3
124	2	2	1	1	1	3	4	2	1	2
125	4	5	5	5	4	4	4	3	5	3
126	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
127	3	1	1	1	1	2	3	2	1	1
128	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
130	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4
131	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1
132	4	3	2	3	5	3	4	4	5	4
133	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1
134	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1
135	3	3	5	4	4	3	5	5	4	5
136	2	3	4	3	5	4	3	5	1	3
137	3	1	2	1	3	1	2	2	2	1
138	3	3	3	1	3	2	3	4	4	3
139	5	4	5	4	3	5	4	4	2	4
140	3	3	2	3	3	3	2	4	2	4
141	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5
142	4	2	5	4	3	4	3	4	5	4
143	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2
144	5	3	5	4	3	4	2	5	5	5
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
146	2	2	3	2	4	3	3	3	2	2
147	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4
148	2	3	4	2	3	4	3	3	4	3
149	1	1	2	2	2	1	1	1	3	2
150	3	1	2	3	3	3	3	5	4	4
151	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
152	5	4	2	4	3	1	1	4	3	4
153	2	4	4	4	5	3	2	3	4	3
154	4	3	4	3	3	4	4	5	4	4
155	1	2	3	2	3	5	2	5	3	4
156	4	1	2	1	2	2	2	2	3	2
157	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3
158	4	2	1	4	2	2	2	2	3	3
159	2	2	4	2	2	3	4	1	3	1
160	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4
161	1	2	2	1	2	2	2	2	3	1
162	3	2	3	1	1	2	1	2	1	3
163	3	2	1	1	1	1	1	4	1	3
164	3	2	4	2	4	2	3	4	3	4
165	5	2	4	3	4	3	5	5	3	5
166	5	5	2	4	4	4	5	5	5	4
167	1	4	2	3	2	1	2	1	1	1

168	4	1	2	4	1	4	5	2	1	1
169	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1
170	4	4	4	3	3	5	4	5	3	4
171	5	5	4	3	3	3	3	4	5	3
172	4	2	3	4	5	3	3	4	4	4
173	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2
174	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5
175	4	2	4	3	3	2	2	3	4	1
176	3	1	1	3	2	1	2	1	3	1
177	3	4	4	3	2	5	4	4	4	3
178	3	1	2	3	4	4	3	3	3	2
179	3	4	3	4	3	3	3	3	1	2
180	3	4	5	3	3	3	5	4	2	4
181	5	4	3	4	3	3	3	4	2	5
182	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
183	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
184	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
185	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
186	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4
187	3	4	4	4	3	2	5	3	4	4
188	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
189	2	4	4	2	3	2	4	5	2	4
190	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4
191	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
192	3	4	2	4	2	2	3	2	4	2
193	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4
194	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
195	3	1	2	1	1	2	1	3	1	2
196	2	1	2	2	2	1	5	2	3	3
197	3	3	3	2	5	4	2	4	4	3
198	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
199	1	1	3	2	1	1	3	1	3	4
200	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3
201	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4
202	1	1	2	3	3	2	2	2	2	2
203	5	3	4	3	4	5	4	2	3	4
204	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5
205	2	2	2	5	4	4	2	2	2	1
206	1	1	1	3	2	2	2	2	4	1
207	3	4	5	2	3	3	3	3	1	2
208	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
209	3	1	3	1	2	2	2	3	1	2
210	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1
211	3	3	3	2	2	3	2	4	2	2
212	2	3	2	4	2	3	2	2	2	1
213	4	5	5	5	5	5	3	5	2	3

214	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
215	3	4	4	5	2	3	5	2	4	3
216	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3
217	5	3	5	2	5	4	3	5	5	4
218	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2
219	5	5	2	5	5	5	4	5	5	5
220	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5
221	5	3	3	4	5	3	5	3	3	1
222	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2
223	2	2	3	1	3	2	3	4	2	2
224	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1
225	2	1	1	2	1	1	1	1	2	3
226	3	3	3	2	2	1	4	2	5	4
227	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1
228	2	3	1	3	2	2	3	1	2	2
229	3	2	4	4	3	2	4	2	3	3
230	5	2	3	3	4	3	5	1	3	4
231	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5
232	3	1	1	3	1	1	1	3	2	1
233	1	3	1	5	2	1	1	2	2	1
234	5	4	3	5	5	5	5	2	4	4
235	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
236	4	2	4	5	4	2	3	3	1	3
237	4	2	3	2	2	1	3	3	4	2
238	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1
239	2	2	1	2	3	1	1	3	2	2
240	4	4	3	2	4	5	5	4	3	5
241	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
242	1	1	1	1	2	2	3	1	3	2
243	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
244	3	2	2	2	5	1	1	2	1	3
245	4	5	2	3	5	3	4	3	5	5
246	3	4	5	3	2	1	3	3	3	2
247	3	5	5	4	3	3	5	5	5	2
248	3	2	4	5	2	3	2	3	3	3
249	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5
250	4	2	1	3	3	2	3	2	1	2
251	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
252	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
253	2	1	2	2	4	1	1	1	1	1
254	3	4	3	4	3	4	4	4	2	3
255	2	4	3	3	2	2	3	2	2	1
256	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
257	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
258	4	4	5	5	3	5	3	4	2	3
259	5	4	5	5	3	3	5	3	4	4

260	1	3	2	1	3	2	1	2	3	3
261	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4
262	1	2	5	5	4	2	4	4	2	4
263	5	4	5	5	3	4	3	5	3	5
264	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1
265	2	2	3	2	2	3	3	1	4	1
266	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
267	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
268	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
269	1	2	2	2	3	4	3	3	3	2
270	5	4	5	3	5	5	5	3	5	5
271	2	3	1	1	3	4	3	1	1	2
272	3	4	3	1	1	4	3	2	4	5
273	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2
274	2	2	2	2	3	3	2	3	1	4
275	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
276	2	4	1	5	4	4	3	4	3	3
277	4	5	3	2	1	2	3	5	5	4
278	3	4	2	5	3	4	4	4	3	2
279	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
280	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
281	4	3	3	2	4	4	2	5	2	2
282	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1
283	5	5	3	5	5	4	5	4	3	4
284	2	4	1	3	2	3	2	3	3	4
285	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2
286	1	2	1	2	2	1	3	1	2	1
287	4	5	3	2	3	4	4	3	4	4
288	2	4	2	4	2	3	3	3	3	4
289	4	2	3	2	5	4	3	3	4	2
290	1	2	3	1	2	2	1	2	2	3
291	5	4	2	3	5	2	4	3	5	3
292	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5
293	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
296	2	2	4	4	4	3	4	2	3	3
297	3	4	4	3	4	4	2	5	4	3
298	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
299	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
300	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1
301	5	5	4	4	2	5	5	3	5	5
302	1	3	3	1	3	3	3	5	2	3
303	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4
304	5	5	5	2	3	4	4	4	5	5
305	3	3	2	4	3	2	1	1	5	2

306	3	1	3	2	3	3	1	1	2	2
307	4	2	4	3	3	4	4	5	4	4
308	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
309	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2
310	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
311	3	1	2	5	1	3	4	2	2	1
312	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2
313	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
314	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3
315	4	4	5	4	3	4	2	5	4	5
316	3	3	3	3	3	5	4	3	5	1
317	1	3	2	3	3	2	2	2	4	3
318	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
319	2	1	2	2	2	2	2	2	3	4
320	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2
321	4	2	2	2	1	3	1	2	3	3
322	1	2	3	1	1	1	1	3	2	2
323	2	3	4	5	5	3	4	4	3	2
324	3	5	3	3	4	4	3	3	2	3
325	3	1	2	1	3	1	2	1	3	2
326	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2
327	4	2	4	4	4	3	4	3	5	3
328	2	4	4	1	2	3	2	2	4	1
329	4	4	3	1	4	2	2	3	2	4
330	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3
331	4	4	4	3	4	3	5	3	4	5
332	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1
333	3	2	1	3	3	1	2	2	3	1
334	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4
335	4	4	4	4	1	4	4	4	5	3
336	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
337	1	3	2	3	2	3	2	1	1	2
338	2	3	2	2	3	2	1	4	3	2
339	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4
340	2	2	1	3	4	1	1	2	1	4
341	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
342	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5
343	3	5	4	3	2	2	4	4	4	4
344	3	5	4	4	3	4	5	4	5	5
345	5	3	2	4	4	4	5	5	4	4
346	3	5	5	4	1	4	4	5	3	4
347	3	4	5	5	4	4	3	4	4	2
348	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1
349	5	3	4	5	3	3	5	3	4	3
350	3	5	3	4	2	2	4	2	2	3
351	4	4	3	3	5	4	3	4	4	4

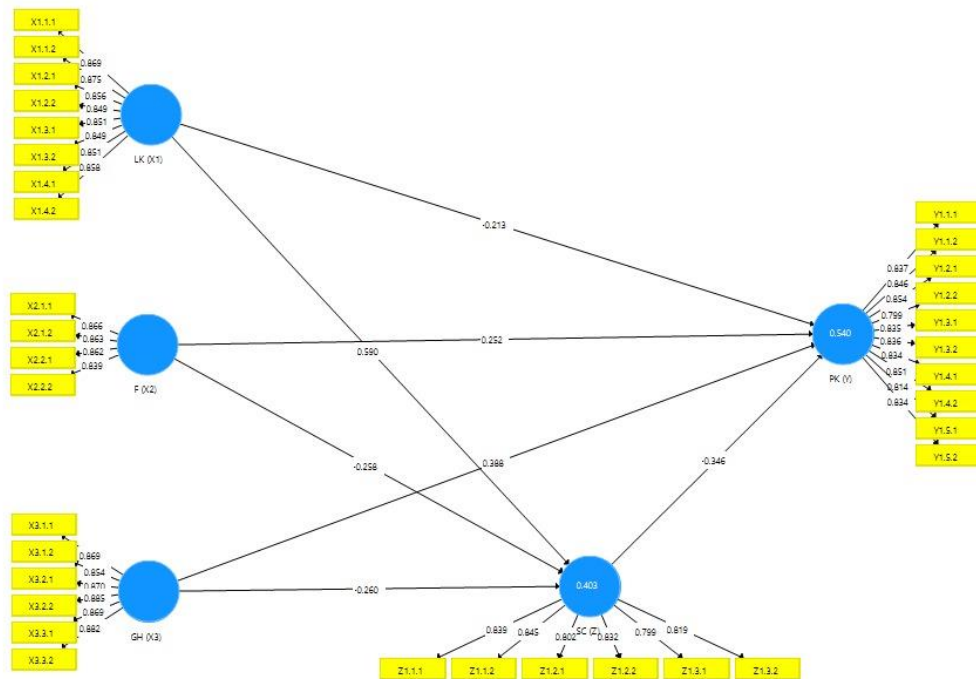
352	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
353	4	4	4	3	4	5	5	3	4	4
354	1	1	2	2	1	1	2	1	1	3
355	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1
356	2	3	4	2	2	4	3	3	4	4
357	3	4	5	5	4	3	5	3	5	5
358	1	2	3	3	2	2	2	1	3	2
359	4	5	5	3	5	5	2	5	5	5
360	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3
361	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
362	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1
363	3	5	4	3	2	3	5	4	3	3
364	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
365	3	3	2	2	3	4	2	2	4	3
366	4	4	4	3	2	5	2	3	2	4
367	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1
368	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5
369	2	3	2	1	2	2	1	1	3	3
370	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
371	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1
372	4	2	2	1	2	2	2	2	3	2
373	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
374	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2
375	2	2	3	1	1	2	4	3	1	2
376	3	1	3	3	3	3	1	2	2	2
377	3	4	3	5	4	5	5	2	2	4
378	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
379	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5
380	4	4	3	3	4	1	4	5	4	3
381	4	3	5	2	2	3	4	3	4	5
382	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
383	2	1	2	2	1	3	2	1	3	2
384	4	5	3	2	4	3	4	5	5	5
385	5	5	5	5	4	3	5	5	4	3
386	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3
387	3	3	3	2	3	5	3	4	5	2
388	5	3	4	3	5	2	2	3	4	2
389	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
390	2	2	2	3	4	2	3	2	3	4
391	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
392	3	5	3	2	4	3	1	1	2	3
393	3	5	3	5	3	5	3	4	4	2
394	1	1	1	2	1	2	1	1	3	3
395	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1
396	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
397	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1

398	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5
399	2	5	2	3	2	4	2	4	2	2
400	1	4	2	4	2	3	3	1	2	2
401	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
402	5	5	3	5	4	2	4	3	4	3
403	3	2	2	1	2	1	2	1	2	3
404	4	5	3	2	4	3	2	3	2	3
405	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5
406	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1
407	4	2	4	3	1	1	2	2	3	2
408	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3
409	3	3	3	2	2	2	2	3	1	3
410	3	4	3	1	2	2	1	4	4	3
411	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
412	1	2	3	1	2	2	2	3	2	1
413	4	3	4	2	4	5	2	4	4	4
414	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
415	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1
416	2	1	2	1	3	3	3	1	4	1
417	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5
418	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
419	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
420	4	3	4	2	3	4	4	5	5	5
421	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
422	2	1	3	2	2	2	2	3	2	3
423	2	1	1	1	1	4	1	2	1	3
424	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1

Lampiran 4: Hasil Uji Smart PLS 3

1. Outer Model

Hasil Outer Loading



a) Convergent Validity

Outer Loadings

Matrix	Copy to Clipboard: Excel Format R Format				
	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)
X1.1.1			0.869		
X1.1.2			0.875		
X1.2.1			0.856		
X1.2.2			0.849		
X1.3.1			0.851		
X1.3.2			0.849		
X1.4.1			0.851		
X1.4.2			0.858		
X2.1.1	0.866				
X2.1.2	0.863				
X2.2.1	0.862				
X2.2.2	0.839				
X3.1.1		0.869			
X3.1.2		0.854			
X3.2.1		0.870			
X3.2.2		0.885			
X3.3.1		0.869			
X3.3.2		0.882			

Outer Loadings

Matrix	Copy to Clipboard: Excel Format R Format				
	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)
X3.3.2		0.882			
Y1.1.1				0.837	
Y1.1.2				0.846	
Y1.2.1				0.854	
Y1.2.2				0.799	
Y1.3.1				0.835	
Y1.3.2				0.836	
Y1.4.1				0.834	
Y1.4.2				0.851	
Y1.5.1				0.814	
Y1.5.2				0.834	
Z1.1.1					0.839
Z1.1.2					0.845
Z1.2.1					0.802
Z1.2.2					0.832
Z1.3.1					0.799
Z1.3.2					0.819

b) Discriminant Validity

*Fornell-Larcker***Discriminant Validity**

	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)
F (X2)	0.858				
GH (X3)	0.212	0.872			
LK (X1)	0.197	0.157	0.857		
PK (Y)	0.360	0.485	-0.275	0.834	
SC (Z)	-0.196	-0.222	0.499	-0.587	0.823

*Cross Loadings***Discriminant Validity**

	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)
X1.1.1	0.177	0.142	0.869	-0.258	0.434
X1.1.2	0.174	0.135	0.875	-0.210	0.433
X1.2.1	0.168	0.128	0.856	-0.217	0.407
X1.2.2	0.182	0.155	0.849	-0.229	0.430
X1.3.1	0.173	0.179	0.851	-0.206	0.439
X1.3.2	0.172	0.120	0.849	-0.235	0.417
X1.4.1	0.177	0.118	0.851	-0.254	0.382
X1.4.2	0.132	0.101	0.858	-0.268	0.469
X2.1.1	0.866	0.176	0.185	0.323	-0.147
X2.1.2	0.863	0.195	0.168	0.328	-0.183
X2.2.1	0.862	0.181	0.132	0.306	-0.194
X2.2.2	0.839	0.173	0.198	0.272	-0.146
X3.1.1	0.177	0.869	0.169	0.416	-0.179
X3.1.2	0.173	0.854	0.130	0.418	-0.180
X3.2.1	0.180	0.870	0.109	0.404	-0.222
X3.2.2	0.226	0.885	0.141	0.457	-0.207
X3.3.1	0.178	0.869	0.102	0.434	-0.217
X3.3.2	0.167	0.882	0.173	0.400	-0.149

Discriminant Validity

	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)
X3.3.2	0.167	0.882	0.173	0.400	-0.149
Y1.1.1	0.287	0.365	-0.286	0.837	-0.528
Y1.1.2	0.299	0.404	-0.223	0.846	-0.470
Y1.2.1	0.298	0.410	-0.251	0.854	-0.494
Y1.2.2	0.335	0.393	-0.192	0.799	-0.451
Y1.3.1	0.304	0.456	-0.221	0.835	-0.509
Y1.3.2	0.330	0.398	-0.250	0.836	-0.466
Y1.4.1	0.279	0.447	-0.181	0.834	-0.479
Y1.4.2	0.320	0.405	-0.228	0.851	-0.479
Y1.5.1	0.273	0.338	-0.272	0.814	-0.529
Y1.5.2	0.274	0.424	-0.184	0.834	-0.491
Z1.1.1	-0.174	-0.210	0.408	-0.481	0.839
Z1.1.2	-0.170	-0.193	0.406	-0.539	0.845
Z1.2.1	-0.145	-0.145	0.417	-0.474	0.802
Z1.2.2	-0.171	-0.211	0.396	-0.486	0.832
Z1.3.1	-0.143	-0.146	0.424	-0.451	0.799
Z1.3.2	-0.165	-0.187	0.413	-0.465	0.819

c) *Composite Reliability dan Cronbach's Alpha***Construct Reliability and Validity**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Relia...	Average Variance Extracted (AVE)
F (X2)	0.880	0.884	0.917	0.735
GH (X3)	0.937	0.938	0.950	0.760
LK (X1)	0.948	0.949	0.957	0.735
PK (Y)	0.951	0.952	0.958	0.696
SC (Z)	0.905	0.905	0.926	0.677

2. Inner Model

R Square

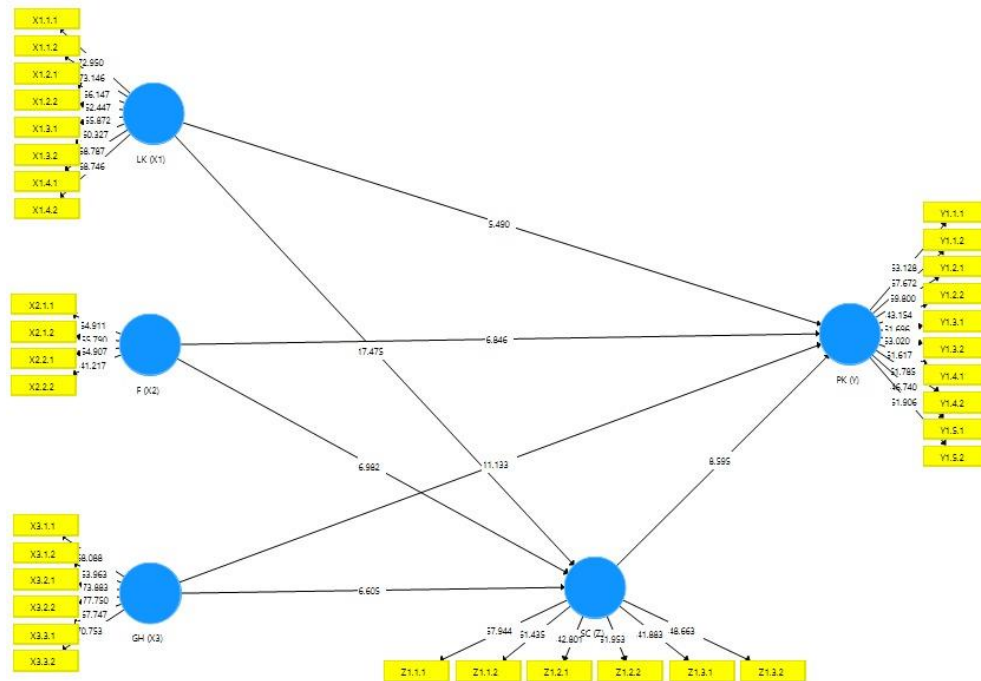
Matrix	R Square	R Square Adjusted	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	R Square	R Square Adjusted			
PK (Y)	0.540	0.535			
SC (Z)	0.403	0.398			

f Square

Matrix	f Square					Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	F (X2)	GH (X3)	LK (X1)	PK (Y)	SC (Z)			
F (X2)				0.116	0.103			
GH (X3)				0.278	0.106			
LK (X1)				0.060	0.553			
PK (Y)								
SC (Z)				0.155				

,

3. Uji Mediasi (Bostraping)



Path Coefficients

	Mean, STDEV, T-Values, P-...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias ...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values		
F (X2) → PK (Y)	0.252	0.253	0.037	6.846	0.000		
F (X2) → SC (Z)	-0.258	-0.261	0.037	6.982	0.000		
GH (X3) → PK (Y)	0.388	0.387	0.035	11.133	0.000		
GH (X3) → SC (Z)	-0.260	-0.259	0.039	6.605	0.000		
LK (X1) → PK (Y)	-0.213	-0.212	0.039	5.490	0.000		
LK (X1) → SC (Z)	0.590	0.590	0.034	17.475	0.000		
SC (Z) → PK (Y)	-0.346	-0.345	0.040	8.595	0.000		

Specific Indirect Effects

	Mean, STDEV, T-Values, P-...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias ...	Samples	Copy to Clipboard:	Excel Format	R Format
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O /STDEV)	P Values		
F (X2) → SC (Z) → PK (Y)	0.089	0.090	0.017	5.391	0.000		
GH (X3) → SC (Z) → PK (Y)	0.090	0.089	0.017	5.162	0.000		
LK (X1) → SC (Z) → PK (Y)	-0.204	-0.204	0.029	7.018	0.000		

Lampiran 5: Hasil izin penelitian data mahasiswa UIN Malang

[illegible]

Keterangan :
update data 11/09/2025 15:30
*) Mahasiswa aktif dihitung dari mahasiswa yang membayar SP/PUKT dan mahasiswa yang mendapatkan Beasiswa

Malang, 11 September 2025
a.n. Rektor
Kepala Biro Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama
Kadag Akademik



Imam Arman

Lampiran 6: Jurnal 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 : 220501110128
Nama : Novita Tri Wulandari
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINTECH, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	24 September 2025	Bimbingan membahas perubahan judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	14 November 2025	Bimbingan membahas judul dan ACC judul	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	18 November 2025	pembahasan bab 1	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	24 November 2025	Pembahasan bab 2	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	3 Desember 2025	Pembahasan bab 3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	4 Desember 2025	acc proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	27 April 2026	Bimbingan terkait penyebaran kuisioner	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	25 Mei 2026	Bimbingan bab 4 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	3 Juni 2026	Bimbingan revisi bab 4 5	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	5 Juni 2026	Bimbingan revisi penulisan	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 5 Juni 2026
Dosen Pembimbing



Dr. Hj. Umrotul Khasanah, M.Si

Lampiran 7: Bebas Plagiarisme



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

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zuraidah, M.S.A
NIP : 197612102009122001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Novita Tri Wulandari
NIM : 220501110128
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINTECH*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**
(Studi Pada Mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
25%	19%	14%	21%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 8 Juni 2026

UP2M



Zuraidah, M.S.A